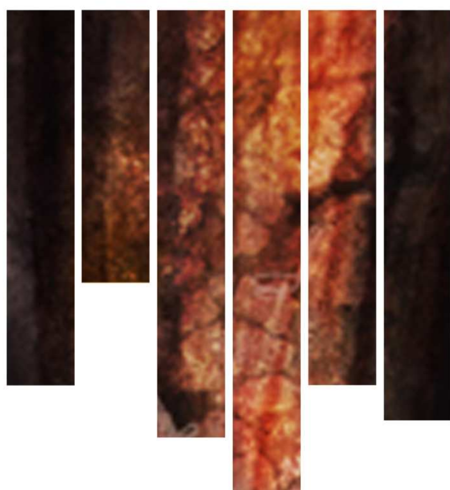


Caiete
de Arte și Design



Uniunea Artiștilor
Plastici din România
Filiala Timișoara
Editura Eurostampa



Caiete de arte și design

Publicaţie a Uniunii Artiştilor Plastici din România,
Filiala Timişoara
Nr. 2, 2015





Coordonatori: Prof. Univ. Dr. **Ioan Iovan**
Lect. Univ. Dr. **Iosif Mihailo**
Lect. Univ. Dr. **Sergiu Zegrean**
Design: **Sergiu Zegrean**
Tehnoredactare: **Diana Buftea**

Editura **Eurostampa**
Tipar: Ornella Studio Design

ISSN 2393 - 042X
ISSN-L 2393 - 042X

Uniunea Artiştilor Plastici din România,
Filiala Timişoara

CUPRINS

Diana **ANDREESCU**

Artă și funcționalitate în ceramica artistică a secolului al XX-lea. Banat

În cele care urmează voi prezenta ceramica, domeniul al artelor ce se situează între tradiţie, meşteşug şi experimentalismul postmodern.

Nici unele dintre obiectele artistice din antichitate nu stârnesc astăzi o pasiune mai mare în rândul colecţionarilor de artă precum cele din ceramică. De la primele recipiente modelate manual ale Mesopotamiei, la frumuseţea clasică a vaselor greceşti, de la incomparabila fineţe a porţelanului chinezesc, la excesele secolului al XIX-lea şi exuberanţa Art Deco, vreo zece milenii de producţie ceramică, la scară planetară, ne stau înainte. Data naşterii acestei arte nu ne este cunoscută, la fel nu ştim cum omul a avut ideea de a modela recipiente din lut şi a le arde în foc pentru a le face rezistente la apă. Ceea ce ştim este că lutul a fost utilizat cu mult înainte de a descoperi schimbările structurale pe care le suferă în urma folosirii unei forţe care înspăimânta - focul, fiind folosit în scopuri „arhitecturale" (la construcţia şi întărirea adăposturilor) sau magico-rituale (realizarea de figurine nearse utilizate în cadrul unor ceremonii). Fiind unul dintre cele mai vechi meşteşuguri practicate de om, miracolul însufleţirii lutului s-a întrepătruns cu cel al unei forţe care a fascinat şi speriat deopotrivă – focul. Magia arderii a fost cea care a transformat focul în mit şi simbol.

Istoria ceramicii începe în Neolitic, cu prima piesă din lut arsă intenţionat. Odată înfrântă această teamă înnăscută, de a manipula focul, ce a urmat a fost una dintre cele mai pasionante aventuri ale umanităţii. Olăritul este unul din cele mai vechi meşteşuguri, datând încă din epoca Neoliticului, adică cu mai bine de 6000 de ani î.Hr. În vremurile străvechi lutul

era extras din locuri speciale de-a lungul cursurilor de apă. Odată adus în gospodărie, după o perioadă de păstrare (dospire), argila era frământată cu mâinile, picioarele sau cu un ciocan mare de lemn, fiind amestecată cu apă. Pasta obţinută era curăţată de impurităţi, tăindu-se în felii subţiri cu o lamă metalică şi apoi era lucrată manual sau la roată.

Olarii se aşezau de obicei în zone apărate de pericolul invaziilor, în regiunile deluroase sau muntoase, foarte rar în zonele de câmpie. O condiţie necesară era proximitatea carierelor de lut şi a pădurilor, de unde olarii luau lemnul necesar arderii vaselor. Un vas de lut valora cât conţinutul lui în grâu şi porumb sau cât dublul conţinutului în mere sau cartofi.

Prin materia componentă ceramica nu face pe nimeni să se emoţioneze. Succesul ei se datorează, în primul rând, durabilităţii şi costului redus de producere. Considerată mult timp corolar al aşa-numitei „revoluţii neolitice", originea ceramicii a început să fie privită, relativ recent, dintr-o nouă perspectivă. Epoca modernă a adus materialele ceramice la asemenea importanţă încât viaţa noastră de zi cu zi ar fi de neimaginat în lipsa acestora. La sfârşitul secolului al XIX-lea ceramica a suferit mutaţii radicale datorită industrializării. În mod paradoxal, în domeniul esteticii formelor şi decorului ornamental se constată o anumită stagnare. Metodele tradiţionale şi modelele istorice sunt abandonate în detrimentul unui stil revoluţionar.

Odată cu apariţia Pop Art-ului cultura kitsch este cea care transformă iconografia artei. Artistul conceptualist Marcel Duchamp (1887-1968) şi artistul Pop Andy Warhol (1928-1987), ridică obiecte banale la rang de mare artă. Lucrarea lui Duchamp – *Fântână* (1917), celebrul pisoar întors şi semnat „*Mutt*", este un mesaj ironic prin acţiunea în care un obiect banal, a cărui utilitate este schimbată, a fost scos din contextul său utilitar şi adus în cadrul unei galerii de artă. Duchamp pleca de la ideia că este o pierdere de vreme să produci în propriul atelier un produs care este deja fabricat la scară industrială. Experimentul artistic şi noile mijloace de comunicare prin intermediul artelor vizuale a funcţionat ca o atitudine politică şi ca o formă de dezidenţă. „*Experimentul este mai mult decât o atitudine, decât tehnică sau un instrument de cercetare şi investigare, este o formă de artă liberă, o formă de aventură, de rezistență, chiar de dezidență şi de frondă*", spune profesorul universitar dr. Titu Toncian, Decanul Universităţii de Arte şi Design Cluj, în cartea sa *Experimentalism şi tradiție*.
După a doua jumătate a secolului al XX-lea, preocupările artistice din domeniul ceramicii se îndreaptă tot mai mult spre redescoperirea tehnologiilor străvechi şi aplicarea acestora în producţiile plastice care reprezintă limbajul vizual al artei postmoderne. Folosind cuceririle tehnice şi arderile multiple la temperaturi ridicate, ceramiştii contemporani imprimă lucrărilor lor, „amprenta" unor structuri (mai ales cromatice), de cele mai multe ori controlate, pe care producţiile ceramice le-ar putea primi doar în urma trecerii timpului. Experimentele din domeniul ceramicii constituie acum un mijloc de expresie care transmite mesaje şi are ca rezultat construcţia unor forme abstracte, fără a mai îndeplini funcţia utilitară, ce a stat la

începuturile formării acestei arte ca principiu fundamental în realizarea obiectului ceramic.

Ceramica este văzută la ora actuală ca o manieră de a inventa forme în vederea exprimării unei idei. Procesul de iniţiere începe încă din atelierele şcolii. Demersul pedagogic al studierii artelor focului presupune asimilarea de cunoştinţe din cultura ceramicii, constituite pe bază de informaţii şi foloseşte mecanisme creatologice pentru a explora legi compoziţionale ale lumii contemporane. Pentru a defini ansamblul care constituie lumea contemporană a formelor vizuale este necesar un permanent contact cu mesajul obiectual al creaţiei artistice care în societatea actuală aparţine tehnologiei ce ignoră relaţia dintre frumuseţe, autenticitate şi artă. În conceptul contemporan al artelor, ceramica nu mai reprezintă materia în sine, ci s-a impus ca o activitate artistică cu mare potenţial expresiv. Lucrul cu argila transformă arta modernă, care nu mai este o simplă înmagazinare de obiecte, ca recurs la tradiţie, ci o cale de a participa la înţelegerea lumii contemporane şi, cu propria experienţă, la formarea cadrului cultural-artistic. [1]

Chiar dacă s-a precizat ca profesie independentă abia în primele decenii ale secolului nostru, designul s-a născut – virtualmente – odată cu „maşina". Noua şi cea mai perfecţionată unealtă inventată de om – ce va tinde apoi, treptat, să-şi înlocuiască creatorul, devenind un fel de creier mecanic – a determinat trecerea de la producţia meşteşugărească la cea industrială şi, implicit, saltul de la unicat sau serie mică, artizanală, la serie mare.

Travaliul de concepţie al produsului nu mai poate depăşi acum proiectul sau macheta, încheindu-se obligatoriu, acolo unde începe lucrul maşinii, cea care fabrică, propriu-zis, obiectul, putând să-l repete aidoma, fără greş, într-un număr nelimitat de exemplare. În această fază a procesului industrial însă, designerul nu mai poate interveni nicicum. El nu este, fireşte, primul tip de creator din istorie care-şi concepe obiectul mai întâi în proiect sau machetă; aşa au procedat de-a lungul timpurilor arhitecţii, inginerii, sculptorii, pictorii muralişti, mozaicarii, ebeniştii, argintarii şi mulţi alţii. Numai că, pe de o parte, aceştia mai puteau îndepărta, în cursul execuţiei, eventuale erori de concepţie, iar pe de altă parte, o greşeală neobservată până la sfârşitul lucrării nu privea decât un unicat.

Nimeni înaintea designerului însă n-a asistat atât de neputincios la felul cum maşina repetă la nesfârşit cele mai mici erori de proiectare. Din această relativă independenţă a maşinii faţă de proiectantul produsului – calitate pe care n-a mai avut-o înainte nici o unealtă – precum şi din faptul că designerul nu mai concepe obiectul pentru un individ, precis particularizat, ci prentru o mulţime de anonimi, din faptul, deci, că designerul nu-şi mai cunoaşte propriu-zis „clientul" şi nici dorinţele sale, decurg unele din principalele caracteristici ale industrial designului.

Chiar dacă obiectul aparţine lumii maşiniste, neavând nici un model în producţia meşteşugărească, designerul se bazează pe străvechea experienţă a raporturilor dintre funcţie şi formă, dintre tehnică şi artă, activitate gigantică ce se identifică în cea mai mare măsură cu însăşi istoria civilizaţiei .

Karl Marx observa, acum mai bine de un veac, că, spre deosebire de toate celelalte specii, omul creează nu numai conform legilor necesităţii ci „şi după legile frumosului”, adevăr ce se verifică încă din cele mai vechi epoci ale umanităţii. Omul prelucra armonios piatra cu multe sute de mii de ani înaintea paleoliticului superior, epocă în care a început să picteze sau să sculpteze şi în care se situează de obicei zorii apariţiei artelor. Nenumăratele unelte de piatră cipolită, datând din paleoliticul inferior, ce demonstrează un desăvârşit simţ al echilibrului formelor, precum şi un perfect acord între calitatea tehnică (chiar dacă primitivă), cea funcţională şi cea estetică a obiectului, însuşiri care le situeză – deşi în dimensiuni reduse – alături de operele lui Brâncuşi, Moore sau Laurens, nu ne îndreptăţesc oare, să admitem că şi homo faber – primul meşteşugar – avea înuşiri artistice? În fond, ce a înţeles omenirea prin artă, atâtea mii de ani, până relativ de curând când s-a deformat sensul iniţial al noţiunii? Cheia problemei ne-o dă mai întâi chiar etimologia cuvântului: în limbile romanice, *artă*, derivă din latinescu *ars- artis*, care înseamnă pricepere, îndemânare în orice domeniu, de unde şi cuvântul *artifex* – meşteşugar sau muncitor, în general. Tot aşa, în limbile germanice, *Kunst*- artă, derivă din verbul *Konnen*: a putea, a fi în stare. Iar arhitect – termen ce derivă din cuvintele greceşti *archos* – cel mai mare conducător şi *tekton* – lucrător dulgher, şef al unei echipe de muncitori şi meşteşugari. Această largă şi judicioasă accepţie a noţiunii explică şi folosirea cuvântului, vreme îndelungată, în cele mai variate domenii: artele libere, artele mecanice, arta militară, arta medicinii; precum şi faptul că, până acum vreo două sute de ani, nu se făcea deosebirea între artist şi artizan. Nu se poate stabili o graniţă absolută între meşteşug sau tehnică propriu-zisă, pe de o parte, şi artă, pe de altă parte, înţeleasă ca o creaţie independentă de tehnică. [2]

Arta şi tehnica interferează structural. În mare sau mai mică măsură, orice artă cuprinde şi un proces tehnic: de la pictură, sculptură şi gravură, până la arhitectură. Iar unde sfârşeşte procesul tehnic şi începe creaţia artistică în ceramică, sticlă, ţesătorie, mobilier, e imposibil de stabilit.

Titus Burckhardt, în *Principes et méthodes de l’art sacré*, arată la rându-i — preluând unele idei ale lui Guénon cu privire la Adevăr şi Frumos —, că simbolismul nu numai că este inerent oricărei activităţi omeneşti, dar şi că el constituie un fundament ontologic prin chiar faptul recapitulării actului Genezei. Sintetizând un paragraf mai consistent, orice artă sacră se bazează pe o ştiinţă a formelor sau, altfel spus, pe simbolismul inerent al formelor. Un simbol nu este un simplu semn convenţional, ci, dimpotrivă, el îşi manifestă arhetipul în virtutea unei legi ontologice. Tocmai din acest motiv simbolismul tradiţional nu e niciodată lipsit de frumuseţe, conform viziunii spirituale a lumii. Altfel spus, frumuseţea unui lucru nu e nimic altceva decât transparenţa învelişurilor sale esenţiale, iar arta veritabilă e frumoasă pentru că e adevărată. Autorul scrie că nu e nici posibil, nici necesar ca orice artist sau artizan practicând o artă sacră, să fie conştient de această lege divină, inerentă formelor. El va cunoaşte doar câteva aspecte sau anumite aplicaţii circumscrise, prin regulile meseriei

sale, ceea ce îi va permite să picteze o icoană, să modeleze un vas sacru sau să caligrafieze într-o manieră liturgică valabilă, fără a fi necesar să cunoască esenţa simbolurilor, pe care le mânuieşte.[3]

Pe de altă parte, dacă simbolismul este inerent gândirii tradiţionale, el este, acest fapt, una din principalele caracteristici prin care aceasta se distinge de gândirea profană. Factorul-cheie al acestei deosebiri constă în faptul că simbolismul traduce, în primă şi ultimă instanţă, un element suprauman. Iată caracteristica ce distinge, de la început, metafizica, simbolismul ezoteric de filozofie şi de toate celelalte forme de cogniţie umană. În timp ce filozofia, de pildă, se exprimă în formele obişnuite ale limbajului analitic, simbolismul este, în mod necesar, sintetic, adică supraraţional.[4]

Şi alţi cercetători, care nu au avut nicio legătură cu tradiţionalismul, au arătat că „simbolismul, gândirea simbolică, dă un soi de vârtej minţii, o estompare intelectuală a limitelor de identitate a lucrurilor şi, în acelaşi timp, o temperare a cugetării raţionale" [5]. Privit din punctul de vedere al gândirii cauzale, simbolismul este un scurtcircuit spiritual. Gândirea nu caută legătura dintre două lucruri de-a lungul şerpuirilor ascunse ale corelaţiei lor cauzale, ci o găseşte dintr-odată, printr-un salt, nu ca o legătură dintre cauză şi efect, ci ca una dintre sens şi scop. Cât despre partea „sensibilă", emoţională a simbolismului tradiţional, Huizinga observa că *„prin simbolism devine cu putință ca lumea să fie totuşi prețuită şi gustată, iar activitatea pământească să fie şi ea înnobilată*." [6]

Pansimbolică, această perspectivă asupra realităţii conferă valoare de suprasemnificaţie întregii manifestări, de la fiinţe şi lucruri până la semne, gesturi, evenimente. Nu numai cosmosul, omul şi natura sunt simboluri în calitatea lor de epifanii, ci şi evenimentele istoriei, totul într-o concordantă unitate, ca şi cum simbolismul şi-ar justifica etimologia. [7]

Concluzionând, dar şi anticipând capitolul următor, am spune, o dată cu Patrick Négrier, că interpretarea simbolurilor constituie principala obligaţie teoretică a tuturor iniţierilor tradiţionale. Pentru că diferitele iniţieri tradiţionale au în comun o caracteristică ce permite definirea esenţei proprii iniţierilor şi diferenţierea de cea a religiilor: definirea unui traseu destinat să favorizeze iluminarea progresivă a conştiinţei. [8]

Tehnica şi arta se întrepătrund în aşa măsură, încât de multe ori e foarte greu sau chiar cu neputinţă de lămurit dacă invenţia tehnică a determinat noi modalităţi de expresie artistică sau dacă, dimpotrivă, invenţia plastică e cea care a impus o nouă tehnică? Nu de puţine ori, însă, apare neîndoielnic faptul că tehnica a precedat inovaţia artistică. Consecinţele pe care le-au avut invenţia sistemului ogival în construcţia din piatră s-au ilustrat în magnifice epoci de artă. Dar ponderea pe care-o capătă tehnica în era maşinismului depăşeşte cu foarte mult orice etalon cunoscut până atunci. Excepţionalul progres al ştiinţelor, al tehnicii şi al industriei – început în secolul al XIX-lea şi continuat într-un ritm mereu accelerat până azi – a avut consecinţe considerabile, atât pe plan social-economic şi

politic, cât şi pe plan cultural-artistic.

Pierre Francastel observă că: „În condiţiile producţiei maşiniste, căreia îi este propriu un dublu aspect, obiectiv şi funcţional, artiştii moderni au văzut cum li se transformă atât repertoriul formelor, cât şi propriul lor utilaj material şi mental. Un pictor de azi nu mai mânuieşte aceleaşi culori ca David, mai presus de toate însă, el are acum o cu totul altă optică a relaţiilor dintre opera sa şi universul material care-i suscită percepţiile." Pictorul modern – notează mai departe Francastel – se înscrie pe linia „tendinţei universale care împinge omul de azi să modeleze lumea pe măsura puterii sale de reînnoire a industriei." Şi această schimbare de utilaje merge până la palierele artei cibernetice, în care artistul „programează" creaţia sa, lăsând sarcina execuţiei propriu-zise în seama computerului: adică, exact aşa cum procedează designerul cu maşina. [9]

NOTE

[1] http://artavizuala21.wordpress.com/2010/12/11/ceramica-intre-traditie-si-experiment/
[2] *Premisele apariției şi dezvoltării industrial design-ului*, p.10
[3] Burchardt, *Principes et methodes de l art sacre*, Paris, Ed. Dervy-Livres, 1976, p. 7–9
[4] *Ibidem*, p. 132–133
[5] Johan Huizinga, *Amurgul Evului Mediu*, (traducere de H.R. Radian), Bucureşti, 1993, p. 335
[6] *Ibidem*, p. 323
[7] Despre semnificaţia unor date din istoria Franţei, vezi: Jean Phaure, La France mystique. Réflexions méta-historiques sur l'histoire de France, Paris, Ed. Dervy-Livres, 1986, p. 84–89
[8] *Les symboles maçonniques d'après leurs sources*, Paris, Editions Teletes, 1990, p. 15
[9] *Premisele apartiției şi dezvoltării industrial designlui*, p.14

Alexandru **BUNII**
Freelancer, angajarea creativităţii în depăşirea limitelor

A fi liber profesionist – *freelancer* – (designer de produs sau designer de bijuterie) înseamnă mai mult decât simpla posibilitate de alegere a proiectului şi a timpului de lucru. Definiţia standard este una extrem de sterilă şi nu reuşeşte să faţeteze întreaga complexitate a modelului ocupaţional. În ansamblu, formarea şi parcursul profesional personal a supus creaţia de bijuterie unor cerinţe specifice, bijuteria nu este tratată ca un simplu accesoriu ci ca o piesă de sine stătătoare, purtătoare a unui mesaj bine definit, iar efortul de adaptare presupune o neîntreruptă căutare de noi soluţii creative, materiale şi modalităţi inedite de exprimare a calităţilor, clasice sau contemporane, particulare comanditarului.

Doar după câştigarea concursului internaţional de design *Mikimoto 2000 Young Designer Award, NewYork*, eforturile mi-au fost deturnate în direcţia designului de bijuterie. A fost nevoie de perioada de îndrumare şi colaborare cu brandul Mikimoto pentru a conştientiza complexitatea conceperii şi realizării unei colecţii de bijuterii. Şi, dincolo de fascinaţia pentru nou, am început să iubesc constantele provocări lansate creativităţii. La începutul activităţii profesionale am simţit nevoia să forţez limitele esteticii conservatoare, să abandonez regulile şi să mă conectez propriilor dorinţe într-o manifestare egoistă a creativităţii. Este şi cazul colaborării cu Mikimoto, unde doamna Amy Kim Araneo, director al Departamentului de Design şi Dezvoltare din 2004, se exprima despre una din creaţiile mele spunând că „formele sunt atât de moderne încât şochează” [1]. Astfel, o creaţie pe care o consider deosebit de importantă este bijuteria Yaguruma 2003, prezentată de Mikimoto drept

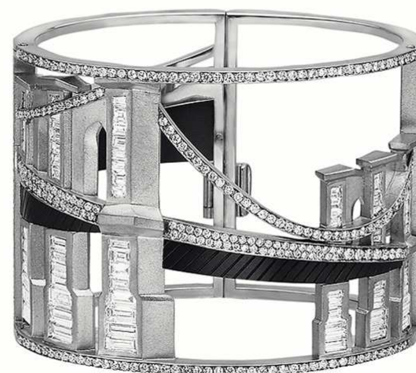
o reinterpretare contemporană a bijuteriei emblematice „Wheels of Arrows", supranumită şi „Yaguruma" [2], din anul 1937. Încercările anterioare Mikimoto de a reînvia bijuteria „Yaguruma" nu au avut curajul să depăşească o abordare estetică tradiţională. În 2002 am lucrat intens la acel concept care presupunea realizarea unei bijuterii masive, de sine stătătoare ca funcţionalitate şi valoare a formei, dar care să poată fi *ruptă* în mai multe piese şi recompusă într-o adevărată colecţie de bijuterie cu perle. Conceptul meu a fost considerat şocant de modern pentru estetica Mikimoto însă a fost ales pentru prezentarea realizată cu ocazia aniversării a 110 ani de activitate a celebrei case de bijuterii. În timpul activităţii următoare perioadei de colaborare cu Mikiomoto (2001-2004) mi-au fost solicitate schiţe de idei pentru David Yurman. Mai târziu, în 2006, am fost recomandat companiei Spectore (deţinătoare a brandului Edward Mirell), unde titanul a fost promovat la statutul actual, acceptat, de metal al bijuteriei moderne. Am început colaborarea în sfera designului de bijuterie din titan, un metal dur şi greu de prelucrat şi, la început am fost speriat chiar şi de ideea de a schiţa concepte pentru bijuteriile din titan, din cauza limitărilor tehnologice din jurul metalului. Eforturile de adaptare au fost încununate de apariţia colecţiei „*Rapure*" – executată după conceptul schiţat de mine – ce a fost premiată în 2009 la *JCK Las Vegas, SUA*. Colaborarea cu Spectore mi-a oferit posibilitatea de a lucra cu nume cunoscute, Tiffany fiind una din casele de bijuterii care mi-a solicitat creativitatea în nenumărate ocazii. De la schiţele de idee am ajuns la transpunerea în titan negru [4] a colecţiei „Notes".

Am colaborat şi sunt înrolat de nume de top din industria de bijuterii precum Mikimoto, David Yurman, Edward Mirell, Aaron Basha, A. Jaffe, Tiffany, Evert deGraeve, Cirque de Soleil, Frank and Label, Carolyn Pollack, I.B. Goodman, Katherine Jetter, Kimberley Diamonds, Renaissance, Rico Gems, Ron Hami, Sorellina etc şi, în 2014 portofoliului personal s-au alăturat proiecte realizate pentru brandurile Swarovski şi Maison Faberge! Astfel, fiecare colaborare poate fi definită ca un nou reper al evoluţiei ca designer de bijuterie. Continua co-

Mikimoto yaguruma 2003



Manhattan NY



RicoGems Shanghai





Spectore, concept prezentat la New York



Carolyn Pollack, brățară derivată din proiectul de doctorat



Spectore design colectie finala



laborare cu brandurile de top din industria de bijuterii a adus, anual, conceptele personale la marile evenimente şi expoziţii de profil: BaselWorld Jewellery Show – Elveţia, JCK Las Vegas – USA, JA New York jewelry show – USA, HKTDC Hong Kong International jewellery show.

Este adevărat, activitatea unui designer este extrem de complexă, iar maximum de creativitate se atinge doar în conjuncturi speciale, în prezenţa unor teme care motivează şi a unor locuri şi evenimente speciale. Personal, acest maxim de creativitate l-am cunoscut în sfera colaborărilor cu branduri ce promovau o bijuterie cu estetică contemporană, creaţii moderne, îmbogăţite chiar de simplitatea suprafeţelor curate, unde am avut posibilitatea să jonglez cu elemente geometrice în compunerea unor ansambluri aproape arhitecturale, spectaculoase, apropiate de bijuteria artistică.

În faţa pericolului de a reveni cu colecţii predictibile din punct de vedere al detaliului estetic, o practică obişnuită a brandurilor de bijuterie, a caselor de modă şi, în general a companiilor ce deţin departamente proprii de design, este angajarea *pe proiect* sau *pe perioade limitate* a tinerilor *freelanceri*, tineri a căror creativitate nu a fost supusă încă unor standarde de lucru, iar curajul şi entuziasmul de a propune soluţii spectaculoase nu a fost limitat de rutina anilor de lucru sub patronajul unui singur brand. Astfel, creativitatea şi curajul *freelancerului* se dovedesc a fi definitorii în trasarea unor noi direcţii de design.

Curajul de a propune soluţii curajoase, mai puţin ancorate în convenţionalul esteticii actuale (un specific al brandurilor de lux) şi de a avea viziunea de a supune anterior aceste propuneri unui elaborat proces de documentare şi analiză - detaliat în partea a doua a articolului - pentru înţelegerea, emularea şi mai apoi cultivarea valorilor brandului într-o formă actualizată descriu totalitatea experienţelor personale şi mă obligă să recomand *freelancing*-ul drept modalitate prioritară de exprimare a creativităţii şi de dezvoltare profesională.

FAL HK reclama showroom



Aaron Basha



NOTE

[1] Amy Kim Araneo, succesoarea lui Evert deGraeve în poziţia de director al departamentului de design Mikimoto, SUA. Scrisoarea de recomandare pentru Bunii Alexandru-Cristian, 2004.

[2] *Yaguruma* – Floare, conform dicţionarului englez – japonez.

Kai, Hyojun Romaji., *All-Romanized English Japanese Dictionary*, Editura Charles E. Tuttle, Singapore, 2004, p.149.

[3] Colecţia „*Rapture*" poate fi vizualizată pe website-ul Edward Mirell, [online]., [Citat 15 ianuarie 2015], disponibil pe internet la adresa: http://www.edwardmirell.com/collection/rapture/men/ şi în catalogul Edward Mirell pp.91-93.

[4] *Titanul negru* este obţinut prin tratarea unui aliaj de titan. Prin procese termice şi chimice culoarea metalului se schimbă în negru, iar structura titanului devine asemănătoare ceramicii cu o durabilitate sporită. Firma Spectore deţine dreptul de folosire a procesului tehnologic de obţinere a titanului negru.

BIBLIOGRAFIE

1. COSMIN, Diana-Florina., *Românul care creează bijuterii pentru Tiffany*. În: Forbes România, noiembrie - decembrie 2010, nr. 45.

2. BUNII, Alexandru-Cristian., *Bijuteria, între metalul divin, obiectul de artă şi produsul de serie*, 2012.

3. IONESCU, Guy., *Manualul bijutierului*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1979.

5. KAI, Hyojun Romaji., *All-Romanized English Japanese Dictionary*, Editura Charles E. Tuttle, Singapore, 2004.

Sandra **CHIRA**
Moda Străzii

Peisajul străzii, privit ca o dimensiune semnificativă în cadrul fenomenului contemporan al modei, este asemenea unei prezentări de modă cotidiene ce se desfășoară permanent, caracterizată de mai multă sinceritate, mai puțină regie și poate mai multă diversitate a formelor de exprimare vizuală a indivizilor. Moda străzii se definește și redefinește permanent în ritm cu schimbările modei ca o reinterpretare a idelor și tematicilor stilistice propuse de birourile de tendințe, casele de modă, designeri și branduri internaționale. Adaptate nevoilor vieții cotidiene, factorilor de influență socială, specificului local al fiecărui areal geografic și condițiilor economice, tendințele vestimentare trec prin filtrul fiecărui individ fiind reconfigurate în relație cu imaginea personalizată a acestora .

Corespondența dintre identitatea persoanei și vestimentație se citește în primul rând prin analiza acestui peisaj stradal ce ne ilustrează *spiritul societății la un moment dat* [1] alături de modalitățile prin care indivizii aleg să se exprime și să comunice între ei în termenii limbajului vizual. Când vorbim despre moda străzii, sferă dinamică și efervescentă a fenomenului modei contemporane, putem caracteriza imaginea indivizilor după gradul acesteia de autenticitate – ca fiind *expresii sincere, transparente* sau *forme ale dedublării* personalității prin vestimentație.

În limbajul de specialitate, moda străzii apare sub denumirea de *street style*, aceasta devenind deja în ultimele decenii o parte fundamentală a fenomenului modei prezentă atât în limbajul uzual cât și în textele academice, reviste și bloguri. În ultimii ani s-a

dezvoltat un interes major față de această latură a modei, cea autentică, cotidiană, existând o multitudine de publicații, autori sau jurnaliști care analizează fenomenul. Tematicile de cercetare dezvoltate în jurul acestei realități sociale sunt multiple, de la felul în care indivizii își comunică personalitatea și nevoile prin limbajul nonverbal al vestimentației, la felul în care anumite tendințe vestimentare globale apar cu minime variații în contexte sociale și areale geografice dintre cele mai diverse, la problematica individului privit ca *actor social* ce îmbracă diferite roluri utilizând mijloace vizuale variate.

Între moda străzii, moda revistelor de modă și moda prezentărilor de modă există o multitudine de similitudini mai ales prin curentele temporale comune însă și o serie de distincții fundamentale. Moda străzii este cu adevărat *democratică* și reprezintă în planul concret existențial ceea ce indivizii aleg să poarte în diferite contexte sociale. În lucrarea lui *Semiotica modei: mutații de gen în moda contemporană* Dan Podaru susține că moda străzii actuale exprimă în primul rând "*utilitatea și confortul*" și abia în mod secundar creativitatea vestimentară [2]. Totuși, complexitatea modei stradale ne oferă deopotrivă expresii ale personalității și forme vizuale extrem de creative ca mijloace de exteriorizare a gusturilor și ideilor colective sau individuale mai ales când avem în vedere acei indivizi (a căror număr este într-un proces continuu de creștere) cu adevărat preocupați de fenomenul modei. Atunci când vestimentația, accesoriile, coafura, machiajul, chiar și modul de viață relaționat tendințelor momentului fac parte din pasiunile și interesele indivizilor, acest lucru ni se descrie prin imaginea lor cotidiană, depășindu-se spațiul exclusivist al prezentărilor de modă, al revistelor sau site-urilor de specialitate. În același timp, moda străzii poate fi expresie a utilității și confortului atunci când imaginea vestimentară ocupă un loc secundar în viața indivizilor ce acordă un interes minimal identității lor vizuale. [3]

O serie de factori socio-culturali influențează și determină specificul modei stradale în fiecare areal geografic în anumite perioade de timp. Apariția unui stil și adoptarea acestuia la nivelul maselor se datorează mijloacelor de *informare* sau chiar de *manipulare* a indivizilor precum revistele, magazinele, prezentările de modă internaționale sau

Moda străzii – *Paris Fashion Week 2014* **[4]**

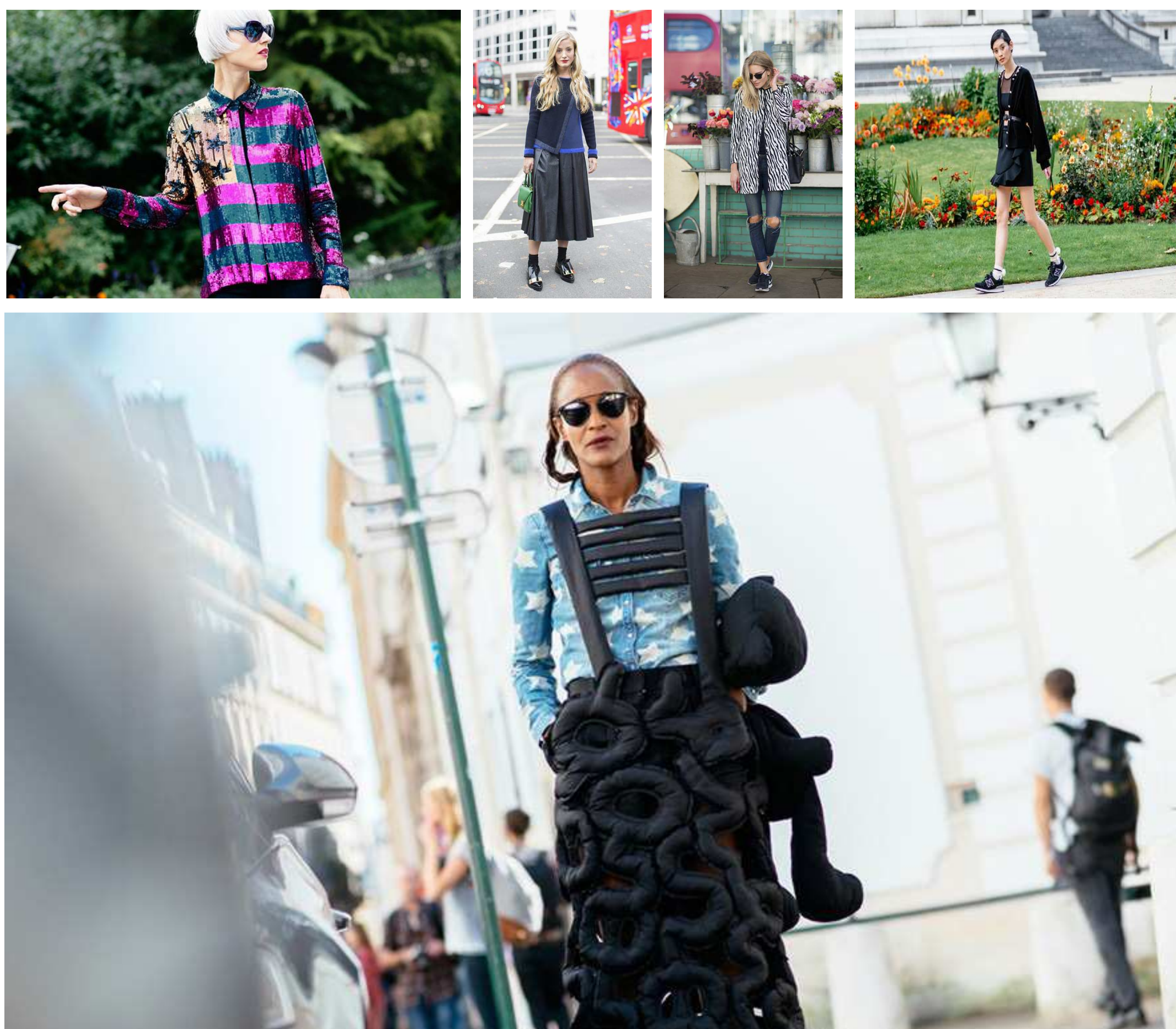





locale [5], tuturor componentelor parte din fenomenul modei promovate prin mijloacele media [6]. Alături de aceste instrumente fundamentale care contribuie la dezvoltarea modei ca "*fapt social total*", parte esențială din viața indivizilor, se alătură în mod firesc nivelul economic și nivelul cultural al societăților și al fiecărui individ în parte. Educația estetică și comportamentală de care indivizii au parte deopotrivă în mediul familial dar și în cel instituționalizat influențează de asemenea felul în care indivizii se îmbracă [7]. În cazul persoanelor care activează în domenii ce presupun identități vizuale standard și implicit coduri vestimentare stricte asociate anumitor funcții sociale sau meserii (medici, preoți, oameni de afaceri, etc.) vestimentația este în primul rând mijloc de comunicare a acestor statute sociale și mai puțin a gustului personal.

Un alt factor major de influență ar fi existența grupurilor sociale, mai precis *anturajul* fiecărui individ care determină și influențează persoanele să se îmbrace într-un anumit fel în diverse situații de viață. Mai ales în cazul adolescenților și al tinerilor care se află într-un plin proces de căutare și de cristalizare a personalității, neavând încă o identitate

Street style – *Fall 2014* **[8]**



vestimentară conturată precis, influența celor din jur are un rol semnificativ. În majoritatea societăților contemporane, tinerii sunt cei care datorită spiritul lor liber, nonconformismului și dinamismului vieții cotidiene *colorează* în moduri dintre cele mai creative și imprevizibile peisajul modei stradale. Tinerii sunt cei care receptează rapid informațiile despre noile direcții stilistice apărute în modă și le adoptă în imaginea lor vestimentară și în modul de viață. Dorința lor de *apartenență la grup* se manifestă puternic în această perioadă a vieții, adoptarea anumitor stiluri vestimentare având și rolul de a-i apropria de anturajul cu care se identifică.

Analizând deopotrivă problematica modei stradale prin cercetarea unui segment al populației tinere din Anglia, Sophie Woodward în articolul său *The Myth of Street Style* urmărește identificarea principalelor aspecte determinate de mitul modei stradale ca o constantă în actualitatea cotidiană. Autoarea caută să determine care sunt practicile uzuale ale indivizilor în materie de îmbrăcăminte și imagine individuală în general, care sunt stilurile preponderente în rândul grupurilor de tineri și cum se schimbă acestea în timp. Sophie Woodward consideră că analiza modei stradale nu se rezumă la identificarea tendințelor la nivel strict estetic ci are de fapt mare relevanță în studiul social și psihologic al indivizilor aflați în plin proces de contuare a identității lor individuale. Totodată, dacă în a doua jumătate a secolului al XX-lea se poate considera că realitatea stradală era dominată de existența diverselor colectivități subculturale, în secolul XXI apare o încercare de evitare a stereotipizării indivizilor sub anumite grupuri specifice .

Street Style – *Seoul Fashion Week 2015*





Moda străzii – *Tokyo Fashion Week Fall 2014* **[11]**

Joseph H. Hancock, editorul revistei *Fashion, Style & Popular Culture* face o analiză a elementelor vizuale și a tematicilor în vogă din ultimii anii declarând că ceea ce caracterizează moda contemporană și culturile populare actuale este tocmai multitudinea și diversitatea stilurilor comunicate prin moda străzii, ca și cum, asistăm astăzi la manifestarea unui ″*mediu înconjurător în care orice este valabil*″. Cu privire la relația dintre modă și identitatea indivizilor, jurnalistul afirmă că moda este o latură esențială a condiției umane și că suntem atât de înconjurați de vestimentație și de obiecte textile încât ne este aproape imposibil să ne detașăm de acestea. Pentru a ilustra această realitate cotidiană, autorul adresează următoarele întrebări: ″*Ai folosit în această dimineață filtre pentru a-ți prepara cafeaua?(…) Ai condus un autoturism către locul de muncă care are interiorul din piele sau din alte materiale textile? Te-ai îmbrăcat astăzi? Porţi haine în acest moment? Dacă ai răspuns pozitiv la aceste întrebări atunci înseamnă că materialele textile, vestimentația și moda sunt parte din viața ta zilnică și în concluzie sunt esențiale existenței tale.*″ [10]

În încercarea indivizilor de a se autocunoaște și de a demonstra la nivel social libertatea totală de exprimare dobândită în societatea democratică, tendințele retro, vintage sau cele etnice au rolul de a repoziționa importanța unor valori tradiționale sau simboluri ale trecutului într-o ambianță generală dominată de ritmul alert al schimbărilor. Una dintre tendințele actuale identificate de Cecilia Caragea ca fiind definitorie pentru moda străzii este *stilul retro*. Autoarea consideră că ″atât în moda feminină, cât și în cea masculină constatăm astăzi o renunțare la încorsetările costumului, fie el clasic sau extravagant. Se împrumută elemente retro și se inventează unele noi pentru că ne aflăm în căutarea ″*timpului pierdut*″ *și vrem să ne simțim cât mai liberi. Vrem să ne exprimăm, să arătăm ceea ce suntem și prin in-*





Street style – Fall 2014 **[3]**

termediul hainelor pe care le purtăm. Dar nu numai ceea ce suntem, ci și ceea ce dorim să fim fiecare." [12]

Astfel, moda străzii este un tip de modă care se dezvoltă în acord cu tendințele generale ce își pun în mod inevitabil amprenta asupra imaginii indivizilor, dar care are totodată rolul de a influența și a prezice viitorul modei. Prin analiza interacțiunii directe dintre indivizi și vestimentație și a principalelor curente adoptate, designerii și analiștii de modă își pot reconfigura propunerile viitoare în acord cu ceea ce consumatorii de modă declară la nivelul limbajului vizual că doresc să poarte în continuare. Astfel o documentare a modei stradale poate fi de cele mai multe ori extrem de relevantă în încercarea designerilor de a anticipa spiritul societății pentru a dărui ulterior propuneri vestimentare în acord cu preocupările și nevoile indivizilor.

Dincolo de faptul că moda străzii este în mare parte asociată spiritului tânăr, aceasta se dezvoltă ca dimensiune semnificativă a fenomenului modei în primul rând în marile metropole ale lumii, spații sociale și culturale care sunt cel mai puternic acaparate de ritmul alert al schimbărilor și de promovarea constantă a noilor tendințe vestimentare. Astăzi, moda străzii în majoritatea acestor centre urbane este caracterizată de interferența multiplelor stiluri vestimentare create dintr-un amestec de elemente locale cu cele străine, unele fiind extreme și avangardiste asemănătoare celor de pe marile podiumuri iar altele adaptate cu precădere nevoilor practice ale indivizilor. În majoritatea zonelor geografici se poate observa în ultimii ani o încercare de combatere a efectelor negative produse de globalizare – respectiv uniformizarea și stereotipizarea tendințelor vestimentare la nivel global. Din ce în ce mai numeroși designeri propun astăzi includerea anumitor elemente stilistice, simboluri sau tipuri de croi tradiționale în tendințele actuale, din dorința de a valorifica mai mult spiritul local al fiecărui areal geografic. Inclusiv brandurile internaționale au propus în ultimii ani articole vestimentare și accesorii inspirate din folclorul anumitor popoare, de la ia românească la sari-ul indian.

NOTE

[1] ″În anii recenți, moda în sine și impactul ei asupra societății contemporane au devenit reale subiecte filozofice și sociologice de reflecție.″ (Ana Maria Gonzalez, Laura Bovone, *Identities through fashion: a multidisciplinary approach*, Editura Berg, Londra, 2012, p.23, traducerea autorului)

[2] ″Este evident că inovațiile și extravaganțele nu au dispărut în totalitate din universul modei, însă se regăsesc cu preponderență în colecțiile haute couture, și mai puțin în colecțiile prêt-à-porter (ready-to-wear).″ (Dan Podaru, *Semiotica modei: mutații de gen în moda contemporană*, Editura Universității din București, București, 2013, p.19)

[3] ″În aparență, moda este stăpână pe actele sale, iar toanele ei nu cunosc nici o îngrădire. În fapt, într-o mare măsură, drumul îi este dinainte trasat și, la urma urmei, nici evantaiul alegerii nu este nelimitat.″ (Fernand Braudel, *Structurile cotidianului: posibilul și imposibilul, Volumul II*, București, Editura Meridiane, 1984, p.69)

[4] Sursa imaginilor: http://www.vogue.co.uk/spy/street-chic/2014/paris-fashion-week---ss15; 13 decembrie 2014, 10:15;

[5] Diane Crane scrie că ″Moda nu este o problemă simplă despre schimbările sezoniere ale stilurilor vestimentare. Strâns legată de mass media, sistemul modei influențează modul în care noi ne percepem și ne folosim de propriul corp; de asemenea ne afectează propriile concepții și identitatea personală și socială, deși membrii anumitor grupuri sociale sunt mai probabil să fie afectați de impactul modei decât alții. ″ (Ana Maria Gonzalez, *Laura Bovone, Identities through fashion: a multidisciplinary approach*, Editura Berg, Londra, 2012, p.6, traducerea autorului)

[6] ″Moda străzii nu poate fi analizată fără a lua în considerare contextul în care aceasta se naște, și aici mă refer la influențele revistelor de specialitate sau ale tendințelor promovate de marile case de modă, în cadrul prezentărilor realizate periodic.″ Dan Podaru, *Semiotica modei: mutații de gen în moda contemporană*, Editura Universității din București, București, 2013, p.30

[7] ″Moda s-a dovedit a fi în decursul timpului un fenomen cultural viabil al cărui statut s-a consolidat pe măsură ce societatea a progresat. Aceasta conferă modei un caracter civilizator de necontestat.″ (Constantin Oros, *Pagini din Istoria Costumului*, Editura Dacia, Cluj Napoca, 1998, p.184)

[8] Sursa imaginilor: http://www.vogue.co.uk/spy/street-chic/2014/paris-fashion-week---ss15; 13 decembrie 2014, 10:40;

[9] ″ Documentarea istorică bine realizată pe tema modei străzii ne prezintă un grafic al tranziției de la un peisaj anterior caracterizat de existența subculturilor bine definite la unul mai recent a stilurilor mai puțin diferențiate ale grupurilor, o categorisire certă a acestora fiind evitată.″ Sophie Woodward, *The Myth of Street Style, Fashion Theory, Volumul 13*, Editura Berg Publishers, Londra, 2009 , p. 85, traducerea autorului

[10] http://www.intellectbooks.co.uk/MediaManager/File/fashionsupplement.pdf; 9 decembrie 2014, 16:15

[11] Sursa imaginilor: http://www.vogue.com/866481/tokyo-fashion-week-fall-2014/; 13 decembrie.2014, 12:07;

[12] Cecilia Caragea, *Istoria vestimentației europene*, Editura Almanahul Banatului, Timișoara, 1995, p.143

Ion **GHERMAN**

Text şi imagine în era digitală – arta algoritmică

Auzim tot mai des afirmaţia că trăim în plină eră post-digitală şi că arta contemporană se bazează pe noile media, aşadar, în mod previzibil, computerul a devenit un instrument de bază pentru artist, dar el este în aceeași măsură instrument și pentru un chirurg, un arhitect sau un biolog. Faptul că artistul folosește computerul face din el un om de știință, sau chirurgul poate deveni artist? Propun această problematizare pe tema identității profesionale pentru a sublinia că nu tehnologia produce arta, ci artistul este cel care o realizează, deși există destui care speră că noile instrumente tehnologice vor înlocui până la urmă talentul, munca și sensibilitatea pe care le reunim generic sub denumirea „artă".

Arta digitală a devenit o componentă esenţială a artei contemporane, iar noile instrumente de care dispun în prezent artiştii revoluţionează felul în care aceştia gândesc si creează, rezultând faptul că opere artistice care nu s-ar fi putut realiza în mod tradiţional, sunt acum posibile prin intermediul interfeţelor computerizate. Evident, s-a produs o modificare semnificativă și în procesul de difuzare a operelor de artă prin apariția unor muzee și galerii de artă virtuale. În plus, opera de artă traversează tot mai ușor granițe, pătrunde cu repeziciune în toate colțurile lumii, devine accesibilă în mod simultan unor privitori din spații aflate la mii de kilometri distanță.

"Așa stând lucrurile, opera de artă se inserează în urzeala a ceea ce numim «rețele», aceste căi de comunicare a informației, care trec acum prin sateliți, cabluri, antene parabolice, fibre optice, și care împânzesc planeta, ca o plasă cu ramificații multiple. Care

poate fi impactul acestor noi producții, gândite direct pentru «pânză», imateriale și «nelocalizate», pentru că sunt localizate «pretutindeni»? Totul se petrece ca și cum imaginea însăși ar pierde ceea ce constituia altădată carnea ei, pigmenții, textura, densitatea ei. Imaginea devine fantomă. Codul triumfă. [1]

Începutul real al erei computerelor s-a produs în 1950, când matematicianul britanic şi pionierul în domeniul computerelor Alan Turing a publicat o lucrare care descria ceea ce ulterior a fost numit testul Turing. Lucrarea explora natura şi potenţialul de dezvoltare a inteligenţei umane şi artificiale, precum și a comunicaţiilor, în timp ce primul calculator electronic comercial de succes, UNIVAC, care a fost, de asemenea, primul calculator de uz general a fost proiectat în acelaşi an.

În primii ani ai utilizării computerelor, accesul la această tehnologie a fost un privilegiu pe care l-au avut doar cercetătorii și oamenii de știință. Interesul lor particular în anumite domenii ale artei sau designului și rezultatele pe care le-au obținut în urma diferitelor experimente, au atras atenția artiștilor și studenților de la arte. Ulterior, computerele au pătruns în atelierele de arhitectură, în studiourile de design, iar universitățile le-au integrat în curricula lor de studiu. Utilizatorii computerelor, artiști și oameni de știință, totodată, au pornit o cercetare a unui nou univers, a unui nou mediu de interacțiune pentru vechea artă și cea nouă, stabilind forme noi, punând semne de întrebare trecutului, imitând modelele și formele tradiționale sau, dimpotrivă, spărgând tiparele și provocând elaborarea un cod estetic nou.

În prezent tehnologia este mereu cu un pas în fața noastră, iar utilizarea computerului face parte din practica noastră socială, schimbându-ne modul de interacțiune, dând o altă dimensiune propriilor noastre valori, concepte și idei, dovedindu-se un mediu provocator și pentru noțiunea de artă.

Arta digitală poate fi definită ca fiind o manifestare vizuală, care ţine cont de anumite criterii estetice și este constituită din informație editată pe computer.

Există două categorii distincte de abordare a artei digitale, în funcţie de felul în care a fost elaborată: cea în care artistul intervine direct pe imaginea în cauză şi cea în care artistul creează un algoritm care va genera el însuşi imagini în funcţie de datele introduse. Acest al doilea caz poate fi supus unor polemici deoarece autorul trebuie să aibă mai degrabă cunoştinţe în domeniul informatic, pe de o parte, iar pe de altă parte el nu ia contact cu forma vizuală a proiectului său decât la final.

Din punct de vedere estetic, tehnologia digitală interferează cu scena artei tradiționale în două moduri: abordată ca mediu independent și abordată ca unealtă pentru a produce lucrări pe suporturi de tip tradițional.

Una dintre primele lucrări electronice, *Oscillon 40*, îi aparține lui Ben Laposky, un matematician și artist american, fiind creată în anul 1952. Astfel, Ben Laposky a fost primul care a dizolvat granița dintre știință și artă, atunci când în anii '50, a fotografiat sute de unde,

în diverse forme, pe care le-a obținut și le-a modificat cu ajutorul unui osciloscop și pe care le-a denumit *Electronic Abstractions* sau *Oscillons*.

Câțiva ani mai târziu după Laposky, un scriitor și om de știință austriac, Herbert Franke utilizează generatoare de numere aleatorii pentru a crea lucrări de artă similare celor ale lui Laposky.

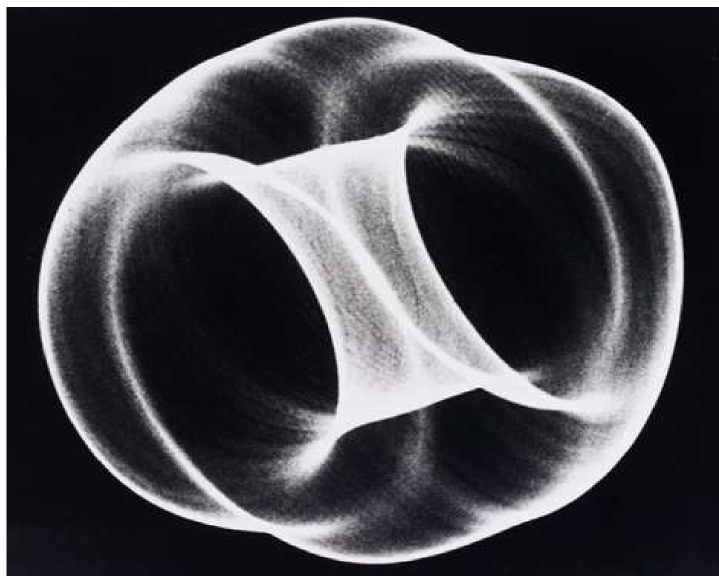
Începând din anii '60, utilizarea computerului începe să crească, iar influența sa indirectă începe să se simtă în toate sferele societății.

Din dorință de a vedea dacă computerul poate genera proprietăți estetice, matematicianul și pionierul în computer art, Frieder Nake a simulat desene de Paul Klee, care l-au inspirat să vadă în programarea de artă vizuală o tensiune estetică atât la nivel de detaliu, cât și la nivel de ansamblu. Simulările sale erau formate din elemente structurale liniare, dar și din grupuri de aglomerări locale complicate.

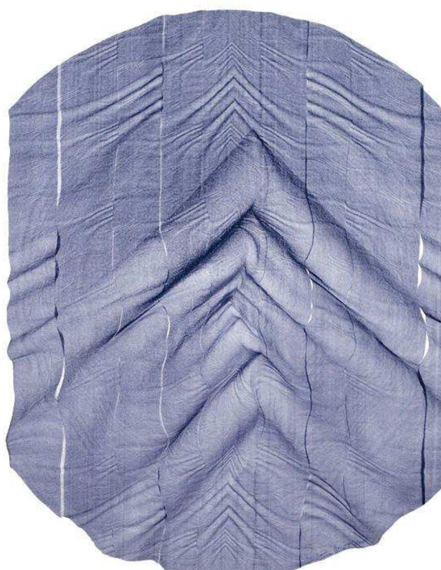
În anul 1965, Stuttgart a fost primul oraș care a găzduit expoziția de arta generată de calculator incluzând lucrări ale lui Frieder Nake, A. Michael Noll și George Nees. Lucrările au fost expuse la Institutul Tehnologic (actuala Universitate Tehnică din Stuttgart) în luna februarie, iar apoi la galeria Wendelin Niedelich în luna noiembrie. Odată cu artiști ca Frieder Nake sau Vera Molnar, arta generată de calculator începe să își contureze deja o estetică proprie.

În 1968 Muzeul de Artă Modernă din Statele Unite ale Americii cumpără pentru expoziţia sa permanentă de la Charles Csuri lucrarea de artă pe computer intitulată Hummingbird.

Ben Laposky, '*Oscillon 40*', 1952
sursa: http://www.vam.ac.uk/content/articles/a/computer-art-history/



Jean-Pierre Hébert, *Mount tai in blue mist*, 2000
sursa: https://www.pinterest.com/pin/569494315350930295/

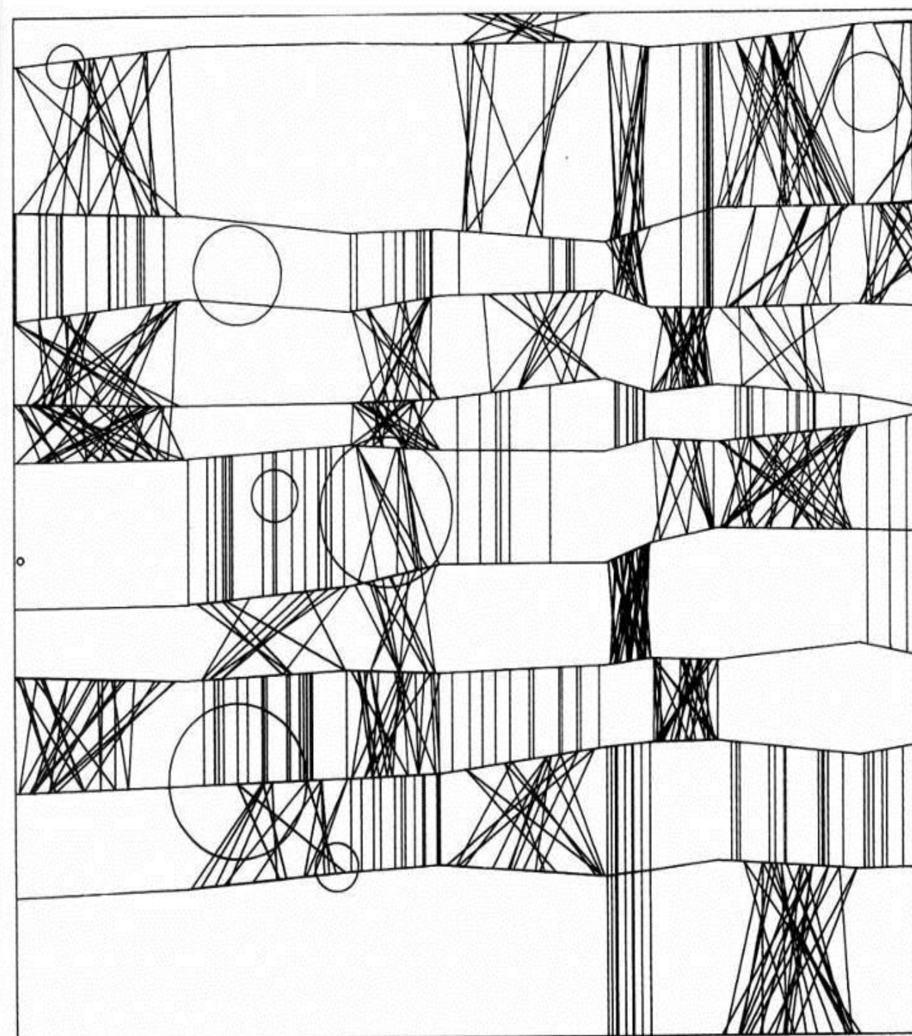


În același an are loc prima expoziție de artă digitală, intitulată Cybernetic Serendipity și găzduită de Institutul de Artă Contemporană din Londra, având ca obiectiv declarat investigarea rolului ciberneticii în arta contemporană.

Un an mai târziu, în 1969 ia naştere SIGGRAPH – Special Interest Group on Computer Graphics, care organizează conferințe anuale despre grafică computerizată, la care participă zeci de mii de profesioniști. Zeci de lucrări de cercetare sunt prezentate în fiecare an. Pe scară largă, SIGGRAPH este considerat cel mai prestigios forum pentru publicarea cercetărilor în materie de grafică computerizată.

Printre numeroase tehnici artistice nou apărute, la intersecția dintre arta tradițională și noile media se găsește arta algoritmică sau arta generativă, cum mai este ea numită. Arta algoritmică este o formă de creație artistică bazată pe utilizarea unor algoritmi în scopul generării unor imagini vizuale. Spre deosebire de lucrările de artă tradiționale, care sunt statice și fixe, lucrările de artă algoritmică sunt versatile și evolutive, putând varia la

Frieder Nake, 13/9/65 Nr. 2 (Omagiu lui Paul Klee), 1965, desen plotter
sursa: http://www.vam.ac.uk/users/node/16168





Jean-Pierre Hébert, *untitled*, 2001
sursa: http://www.jeanpierrehebert.com/decordova.html

infinit în funcție de datele introduse, se pot modifica în funcție de anumite variabile.

Artiștii trebuie să definească exact parametrii în care urmează să se manifeste caracterul aleatoriu, așadar este un proces gândit *a priori,* programat și controlat de către artist. Pentru algoritmiști, caracterul aleatoriu este mai degrabă *"o metaforă a creativității, fiind de fapt un mijloc efectiv și o metodologie de creație realizată de mașină".*

Unele dintre primele exemple cunoscute de artă algoritmică generate de calculator au fost create de artiștii mai sus menționați George Nees, Frieder Nake, Manfred Mohr și Vera Molnar la începutul anilor 1960. Aceste lucrări au fost executate de un plotter controlat de un calculator, prin urmare, artă generată de calculator, dar nu putem vorbi încă

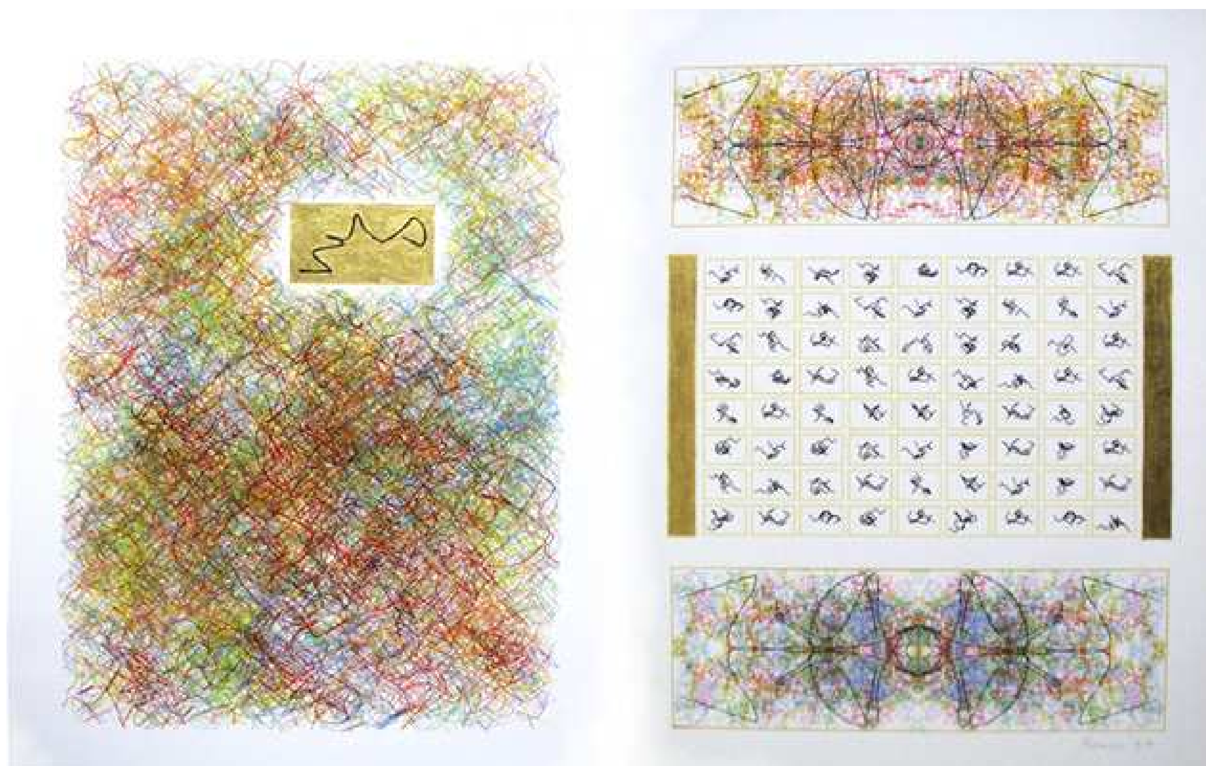
de artă digitală.

Pentru ca o operă de artă să fie considerată artă algoritmică, trebuie ca în procesul său de creație să fie inclus un algoritm conceput de către artist. În acest caz, algoritmul reprezintă rețeta detaliată de proiectare și execuție a lucrării de artă. Artiștii care au creat artă algoritmică au fost recunoscuți sub denumirea generică de algoritmiști, nume cu care au început să se identifice în 1995, la una dintre conferințele SIGGRAPH. Co-fondatorii acestei forme de artă sunt considerați Roman Verostko și Jean-Pierre Hébert, acestuia din urmă revenindu-i și meritul de inventator al termenului și definiției acestei forme de artă, care, în mod deloc surprinzător a fost dată tot sub forma unui algoritm:

```
if (creation && object of art && algorithm && one's own algorithm) {
include * an algorist *
} elseif (!creation || !object of art || !algorithm || !one's own algorithm) {
exclude * not an algorist *
}
```

Procesul de scriere a unui algoritm care urmează să genereze o lucrare de artă este comparabil cu cel al scrierii unei partituri muzicale pentru o simfonie. Nu e suficient să

Roman Verostko, *Pathway*, 1993
sursa: https://www.pinterest.com/search/pins/?q=Roman%20Verostko%2C&term_meta[]=Roman|typed&term_meta[]=Verostko%2C|typed&remove_refine=1993|typed



cunoști programare și matematică, este nevoie de viziune, pasiune și mult simț estetic pentru a crea artă, iar programarea este doar o unealtă care vine în sprijinul artistului pentru a realiza lucrarea.

Fost călugăr benedictin și profesor emerit la Colegiul de Artă și Design din Minneapolis, Roman Verostko a folosit computerul pentru a genera văluri diafane de culori plutitoare, sau amalgamări de linii multicolore sugerând insecte bizare, sau scrisuri caligrafice în limbi necunoscute, o fuziune între inteligența umană și precizia mecanică. Seria sa de lucrări intitulată generic *Apocalipsa de la Lake Diamond* reprezintă o reinterpretare algoritmică a Manuscriselor Iluminate. Prezentate sub forma unei cărți deschise, cu pagina stângă și pagina dreaptă, lucrările sunt concepute în mod intenționat ca obiecte prețioase, în tradiția manuscriselor iluminate.

La fel cum călugării medievali transformau cuvântul scris în ”iluminare”, în aceeași manieră, în epoca actuală, un graf-plotter transformă un algoritm într-un obiect prețios. Cu ajutorul plotterelor sale, artistul transformă atelierul său într-un scriptoriu electronic, în care sunt celebrate proceduri digitale sub forma unor scripturi iluminate. Foița de aur, elementul prezent pe fiecare lucrare, aplicată manual de către artist, face trimitere la relația formală cu manuscrisele iluminate din perioada medievală.

Lucrările lui Jean-Pierre Hébert, care sunt asemenea unor țesături fluide din mătase, ilustrează în mod elocvent faptul că un computer poate genera noi posibilități vizuale și explorări estetice, iar tot acest demers este unul pur artistic. Hébert dezvoltă o fascinație pentru formulele algoritmice, cu toate acestea, însă, el apreciază în egală măsură hârtia și cerneala, preferând să-și expună lucrările sub forma unor desene, probabil deoarece hârtia oferă o execuție în format mai mare și mai complex decât ecranul computerului.

Texturile dense ale pieselor sale sunt construite extrem de elaborat din linii aflate la distanțe mici unele față de celelalte, rezultând în acest fel diverse forme geometrice. Lumina și întunericul joacă, de asemenea, un rol important în unele dintre lucrările sale. Implicarea lui Hébert în partea de programare, utilizând sistemul în scopuri vizuale, reprezintă un exemplu de utilizare conceptuală a computerului în artă. Această utilizare este una operațională, computerul este doar o unealtă ce servește mai degrabă în scopul extinderii ariei de expresie artistică. Flexibilitatea computerului îi permite să fie punctul central, sau unealta principală de creație, însă fără a conduce la impunerea unor forme specifice sau a unor restricții. Totalitatea imaginii, sistemului, uneltelor și a contextului depinde de instrucțiunile furnizate procesorului sub forma unui cod.

Artistul transformă materialul mut într-un vehicul de sens, prelucrându-i structura în forme. Instrumentele utilizate pentru a crea artă, devin de asemenea, mai mult decât obiecte mecanice, iar rezultatul produs nu reprezintă o proprietate inerentă a funcțiunii lor, ci un rezultat al gândirii artistice.

Ca o concluzie a prezentului articol putem spune ca arta generată pe compu-

ter va fi cu adevărat integrată și acceptată doar atunci când își va pierde statutul de paria, de ”nenaturală”, din cauza modului în care a fost creată. Fără îndoială, nu există cale de întoarcere către lumea pre-digitală, chiar și pentru artele vizuale, aflate totuși încă la marginea acestei explozii digitale. Oricare ar fi proveniența ei, arta generată pe computer poartă ștampila creației umane, indiferent de gradul de mediere făcut de și prin intermediul mașinii.

NOTE:

[1] Florence de Mèredieu, *Arta şi noile tehnologii*, Enciclopedia Rao, București, 2005, p. 13

[2] Grant D Taylor, *When the machine made art: the troubled history of computer art*, Bloomsbury Academic, 2014, p. 92

BIBLIOGRAFIE:

1. DE MÈREDIEU, Florence, Arta şi noile tehnologii, Enciclopedia Rao, București, 2005

2. DOSS, Erika, Twentieth – Century American Art, Oxford University Press, 2002

3. FRIEDL, Friedrich, Ott, Nicolaus, Stein, Bernard, Typographie. Koln, Könemann, 1998

4. MANOVICH, L, Software Takes Command, MIT Press, 2012.

5. MEGGS, P. B., Meggs' History of Graphic Design, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2011

6. TAYLOR, Grant D., When the machine made art: the troubled history of computer art, Bloomsbury Academic, 2014

RESURSE WEB:

http://algorists.org/algorist.html
http://www.jeanpierrehebert.com
http://www.verostko.com/algorist.html
https://digitalmediaartistry.wordpress.com/the-history-of-digital-art/
http://www.vam.ac.uk/content/articles/a/computer-art-history/
http://www.uoc.edu/artnodes/espai/eng/art/manovich1002/manovich1002.html
http://www.jeanpierrehebert.com/
http://spalterdigitalartcollection.blogspot.ro/2011_05_01_archive.html
http://www.vam.ac.uk/content/articles/a/computer-art-history/
http://en.wikipedia.org/wiki/Algorithmic_art
http://translab.burundi.sk/code/vzx/

Ioan **IOVAN**
Spaţiul şi timpul din artă

Persistă încă ideea unei cărți despre spațiul și timpul din artă, termeni cărora le-aș adăuga și mișcarea. Spațiul, mișcarea și timpul sunt într-adevăr teme seducătoare. Am revăzut fișele și, la rândul lor, m-au prins. Acum rămâne să văd, după ideile pe care le am, dacă voi putea face rost de un timp al meu, căci mișcare și spațiu am suficiente. Ideea de bază este aceea că în artele plastice numai spațiul este efectiv, propriu-zis, pe când mișcarea și timpul sunt doar sugerate prin diverse metode și mijloace. Astfel se suplimentează opera de artă cu posibilitatea spațiului virtual, a mișcării în secvențe și a timpului evocat. Probabil întâi a fost spațiul în care a apărut materia, apoi materia a intrat într-un proces prin care a luat formă, proces care, desfășurându-se, a parcurs o durată, durata a determinat timpul, care a fost eliberat și a intrat cu necesitate în existența tuturor lucrurilor. Acestea sunt alcătuite din materie, formă, dimensiune, durată, mișcare, toate existând logic și necesar în spațiu și timp. Pe urmele vechilor filosofi greci, elementul primordial, fundamental, ultim al lumii se poate spune că este relația spațiu – timp, dar, pe urmele oamenilor de știință și a savanților, a filosofilor din vremea noastră, spațiul și timpul nu există.

Eu voi face o medie aritmetică (dacă aritmetica însăși mai există) considerând că spațiul și timpul grecilor nu există și că spațiul și timpul inexistente ale gânditorilor noștri există și voi lua în considerare, conjugate, spațiul și timpul în care se desfășoară viața noastră (dacă viața noastră există) și spațiul și timpul din opera de artă. Nu voi împinge lucrurile la extrem spunând că singurul lucru care există este conștiința căci ea le creează pe toate. Ea

creează şi Arta. Deși, în domeniul nostru, domeniul artistic, considerăm că arta creează imaginea, iar imaginea creează spaţiul, timpul, mişcarea și expresia. Imaginea deține o complexitate cumva comparabilă cu cea a lumii, deşi nu dispune decât de forme, dar formele prin capacitatea reprezentaționalității pot realiza spațiul propriu-zis și spațiul virtual, pot sugera mișcarea și pot include mișcare propriu-zisă, consemnează timpul prezent, evocă timpul trecut și îl pot sugera pe cel viitor. De reținut că toate acestea primesc de fiecare dată o anume expresie, deci nu sunt obiective şi simplu fizice, ele sunt expresive, în sensul că sunt transfigurate de idee, sunt nuanțate de afectivitate și sunt aproximate, deformate de stare, de analizatorii noștri senzoriali. Sunt modificate pe măsura omului, sunt umanizate. Numai așa pot exista pentru om. Numai așa sunt făcute posibile, numai așa pot exista pentru om.

Elementul fundamental în artă este forma (imagine, volum, masă), pentru pictură, sculptură, arhitectură. Forma este alcătuită dintr-o configurație și o expresie (de element morfologic și de relație sintactică), formele se compun pentru a alcătui o compoziție, adică pentru a forma o unitate de limbaj care, fiind angajată într-un sens, conjugă limbajul cu înțelesurile și cu semnificațiile (semantica) și formează comunicarea artistică, adică structura reprezentațională, osatura pe care stă opera de artă, cu toate componentele sale, inclusiv cu cele stilistice și axiologice. Pe scurt, formele alcătuiesc ansamblul reprezentațional iar în acesta își au originea, pornirea toate cele ce alcătuiesc comunicarea, adică înțelegerea din receptare. Indiferent dacă opera este alcătuită din elemente figurative sau nonfigurative, deține în mod necesar o reprezentaționalitate. Și o figură umană și un pătrat, tot reprezintă ceva. Figura umană reprezintă tot ceea ce ține de om, pătratul reprezintă pământul, perfecțiunea, echilibrul, armonia, statica, stabilitatea, căci în artă pătratul nu mai este doar o figură geometrică, ci este cu mult mai mult, cu cât a fost prevăzut să sugereze prin reprezentaționalitatea sa angajată simbolic.

Artele plastice, dar și genurile care au determinat denumirea de arte vizuale, sunt în primul rând arte ale spațiului. În spațiu apare forma, în spațiu forma primește expresie în spațiu formele se relaționează şi se lasă compuse pe multitudini de sisteme compoziționale, în spațiu au loc evocările de întâmplări, fapte, de prezențe, de personaje, în spațiu sunt posibile reconstituirile de loc, de momente, de timp, tot spațiul găzduieşte produsele imaginarului și ale fantasticului. Spațiul este predispus la a fi animat și nuanțat de stări, de sentimente. Majoritatea arhetipurilor culturale fundamentale sunt reprezentate în spațiu. Și, poate, ce este mai important, căci opera de artă este întâi obiect artistic, realizarea ei se face în imagine (pictura, grafica, tapiseria), în volum (sculptura, asamblajul, instalația), în mase (arhitectura), obiecte artistice care au dimensiuni și își află specificul de gen în spațiu. Imaginea prezintă întâmplări și personaje pe fundal peisagistic natural sau arhitectonic, volumul există prin dialogul concavităților și convexităților cu spațiul proxim, arhitectura își ordonează edificiile pe verticală sau pe orizontală și există în măsura în care se așează în spațiu. Pe lângă aceste ipostaze concrete, propriu-zise ale spațiului există și ip-

ostaze ale spațiului virtual (perspectiva liniară și perspectiva aeriană).

În artele plastice, în artele vizuale, timpul joacă rol secundar, în fenomenologia operei de artă, în limbaj ca morfologie și sintaxă, dar joacă un rol sporit în comunicarea artistică. În mod tradițional, în artele plastice, arte prin excelență spațiale, timpul era fie sugerat, fie reconstituit. În compozițiile figurative, pe teme religioase, mitologice, istorice, realiste timpul, fizic desfășurat ca un continuum, era înțeles ca fiind secvențial, alcătuit din momente consecutive și reprezentat printr-un singur moment, rupt și detașat de restul șirului, era momentul ales și considerat cel mai important, mai semnificativ. Inclusiv mișcarea și gestica a rămas fixată pentru totdeauna, înghețată așa cum artistul și-a imaginat, cum a considerat că s-au întâmplat faptele, reconstituite într-un anume loc, cu anume personaje, anume îmbrăcate, cu anume mișcări, cu anume fundal și ambianță. De fapt, toate acestea erau elemente de reconstituire și de sugerare a timpului, căci la fel de importantă evocarea acțiunii cu toate datele ei aferente este evocarea timpului când s-au petrecut lucrurile. Personajele, acțiunea și locul sunt elementele fundamentale ale oricărei evocări, ale oricărei prezentări imagistice figurative.

Când vorbim de arte plastice, înțelegem arte ale genurilor tradiționale, arhitectură, sculptură, pictură, arte statice. Prin însăși condiția lor, știm că nu există alt timp decât cel sugerat. În pictură și în sculptură timpul reconstituit s-au prezentat este un timp oprit și o mișcare înghețată, și timpul și mișcarea, reduse la o secvență, una singură devenind convenție, adică realitate artistică, imagistică și hotărâtor, circumscrisă dimensiunilor simbolice. Un templu din Grecia antică are implicat în sine, în mod automat sugestia timpului în care a fost construit, o sculptură romană reprezentând un împărat roman deține sugestia timpului când a domnit, o pictură pe tema Închinării magilor sugerează timpul în care s-a născut Iisus Christos. Mai există un timp, acela al intervalului dintre timpul în care a fost realizată opera și timpul nostru, pe care, în general, îl reducem la un timp neutru. Noi, cu înțelegerea noastră sărim peste acest timp și ne transpunem ca și când am fi atunci, deși simțim și gândim conform timpului nostru. Timpul nostru se suprapune peste timpul de atunci. Iar în pictură, unde avem de a face cu o reconstituire realizată de imaginația artistului, se suprapun trei timpi, cel evocat, cel al artistului când a realizat lucrarea și al nostru, al momentului receptării.

În opera de artă există un timp al simbolului, timpul simbolizat, timpul ca simbol. Acesta este un timp spiritual, fie lăuntric, fie exterior prezent în semnificații și înțelesuri. Timpul lăuntric este un timp al trăirii, un timp administrat sufletește, un timp variabil, relativizat ca dimensiune fizică dar intensificat ca dimensiune afectivă. Este timpul artistului care creează și timpul receptorului care receptează. Timpul operei este total diferit, este un timp care nu trece și poate fi oricând reluat. A fost reluat de receptorii de după creație, de cei care au trăit înaintea noastră, este reluat de către noi și va fi reluat de către cei ce urmează. Aceasta este condiția de existență a timpului respectiv dar mai importantă este condiția lui

de conținut, care, sub acțiunea tematicii, îmbracă o multitudine de variante – timp magic, timp mitologic, timp religios, timp realist, timp științific dar și timp melancolic, tineresc, auroral, apocaliptic, coșmaresc ș.a.m.d. Numai că aceste variante se concentrează până când nu mai sunt forme ale timpului, ci devin idei. Iar ideea de timp spiritual, de timp lăuntric s-au numinos este ca o sămânță care încolțește în suflet și în minte și se dezvoltă superb, ca un copac prin sens, înțelesuri și semnificații.

În postmodernism, în urma repetatelor valuri de avangardă, declanșate de avangarda istorică, din primul pătrar al secolului XX consecințele sunt vădite, deși cele mai multe dintre ele sunt neașteptate, neprevăzute. Atacurile furibunde ale avangardei la adresa artelor plastice tradiționale au condus la relativizarea lor atât ca specific cât și ca delimitare, ca definire, estompând, dacă nu chiar ștergând contururile granițelor, diferențelor specifice. Genurile artistice s-au hibridat în urma acestui amestec de materiale, de tehnici, de formă și de expresie artistică. Însuși statutul operei de artă și al artistului stabilite în Renaștere au fost modificate până la totala lor schimbare. Un alt factor de mare efect a fost introducerea în opera de arte plastice a mișcării propriu-zise și a timpului efectiv ca efect secundar. În acest caz timpul este consecința mișcării iar mișcarea a fost transgresată din artele dinamice, mai ales din artele spectacolului. Deși manifestările postmoderniste conțin timp efectiv căci se desfășoară pe o anume durată, acest timp este foarte puțin important. Nu are aproape nicio importanță faptul că o manifestare începe la o anumită oră și se termină la altă oră. Acest timp nu intră în metabolismul manifestării. Este un timp depășit, un timp uitat.

Dacă timpul deține atâtea ipostaze în opera de artă, e de așteptat ca în artele spațiale spațiul să joace un rol și mai important și să dețină mai multe ipostaze. Oricum, discuția despre spațiu în pictură trebuie să înceapă cu formatul, în sculptură cu dimensiunile iar în arhitectură cu planul. Acestea sunt cadrele de realizare și de existență a operelor de artă din genurile respective. Formatul are loc delimitativ dar și constituie o contribuție esențială la expresia ansamblului. Precum pereții unei construcții, creează un interior, oferă marginile, trasează limitarea, marchează granițele imaginii. Taie conținutul arătându-i doar ce interesează, lucrurile care fac obiectul atenției și comunicării. Sunt modelatoare pentru compozițiile închise, sunt orientative pentru cele simetrice și echilibrate. Pentru compozițiile deschise, asimetrice oferă sugestia că acțiunea, că imaginea se continuă și dincolo de cadre. Cadrul pătrat cere compoziție echilibrată, cadrul circular și oval cer compoziții simetrice, formatul dreptunghiular, dinamic cere compoziție pe verticală, dinamică, iar cel dreptunghiular static cere compoziție calmă, panoramată. Dar, de cele mai multe ori pictorii prin ordonarea elementelor compoziționale simt nevoia să contrazică formatul pentru un alt tip de echilibru decât cel armonic.

Spațiul unei picturi este atât cât îl cuprinde imaginea, din margine în margine, chiar dacă există imagini supunându-se delimitării formatului și chiar dacă există imagini care în mod manifest sugerează că imaginea se continuă dincolo de cadru. De fapt, fie într-

un caz, fie în altul, marginile imaginii sunt doar un decupaj dintr-un continuum de ansamblu de lucruri (natură statică), dintr-o grădină (florile), dintr-o priveliște (peisajul), dintr-un dialog (portretul), dintr-o acțiune umană relatată (compoziția figurativă), dintr-o structură vizuală (compoziția nonfigurativă). Formatul, ca spațiu general al imaginii este cel dintâi indiciu pentru sensul comunicării artistice, anunță dacă avem de a face cu o pictură calmă, echilibrată sau cu una dinamică, de echilibru relativ. Formatul anunță caracterul temei: formatul pătrat, ca simbol, este potrivit temelor telurice, temelor pământului, cercul este potrivit temelor aerului, cerului, dreptunghiul dinamic este adecvat ascensionalului, verticalității, dreptunghiul static este potrivit orizontalității, în triunghiul dinamic se poate dezvolta bine tema înălțării, a diagonalei ascendente, iar triunghiul static găzduiește bine tema căderii, a diagonalei descendente. Dar aceste asocieri nu sunt fixe, relația dintre cadru și temă rămâne la libera alegere a pictorului.

În pictura murală, în mozaic, în pictura de șevalet, în grafică, în tapiseria parietală, în designul grafic spațiul fizical, spațiul de realizare este spațiul bidimensional. Spațiul acestor genuri și specii artistice este suprafața care are lățime și înălțime. Realizarea formelor în suprafață, ele însele fiind bidimensionale, integrate și făcând parte din suprafață a comportat două direcții, una a semnului ca simbol și cealaltă a semnului ca reproducere, ca oglindă. În primul caz, ca și în scriere care este un șir de semne, pornite de la sugetia figurativă, semnele s-au abstractizat și s-au detașat de forma referentului, s-au supus suprafeței, condiției bidimensionale. Dar în afara semnelor abstracte s-a folosit, poate mai mult, forma iconică, forma care, în identitatea sa de semn, a păstrat forma corespunzătoare din realitate. Ori lucrurile din realitate au trei dimensiuni. Cea mai dificilă problemă a imaginii a fost aceea de translație a celor trei dimensiuni din realitate în cele două dimensiuni ale suprafeței. S-a găsit soluția ca a treia dimensiune, adâncimea să fie sugerată producând un spațiu virtual. A fost sugerat volumul prin notarea luminilor și umbrelor, a fost sugerată adâncimea prin perspectiva liniară și prin perspectiva aeriană.

Istoria artei înregistrează mai multe modalități de sugerare a celei de a treia dimensiuni în spațiul bidimensional. Problema diferenței dintre cum sunt lucrurile și cum le redăm a fost o problemă esențială care a preocupat permanent pictorii. Pentru că pictura este o artă ce se adresează în primul rând ochilor a fost logic ca formele realizate în imagine să fie cât mai aproape de felul în care se văd lucrurile decât de felul în care sunt știute. Lucrurile sunt cum le vedem și sunt subînțelese cum sunt, cum le știm. Pentru spațialitate egiptenii antici au folosit canonul figurativ și registrele, chinezii, pentru a sugera succesiunea planurilor în spațiu au practicat degradeul, mai intense fiind culoarea lucrurilor la baza lor și mai diluate spre partea de sus, bizantinii au realizat fagurile din prim plan iar adâncimea a fost sugerată de repetarea unui detaliu, cel al aureolelor sau cel al unui obiect, un munte, copaci schematizați. Renașterea va asimila felul în care vedem lucrurile în realitate cu modalități de sugerare a adâncimii, recurgând la mijloacele geometriei și ale degradeu-

lui cromatic. Perspectiva liniară transgresează pe bidimensionalul imaginii felul deformat în care vedem lucrurile în funcție de distanță, de orientarea lor în spațiu și de locul pe care îl ocupă în câmpul nostru vizual. Culorile pierd din claritate și intensitate pe măsură ce se îndepărtează.

Orice formă din artele plastice implică un spațiu, orice configurație are loc în spațiu, orice expresie se realizează într-un dialog cu spațiul. Spațiul formelor artistice este un spațiu exterior, cel în care se află și un spațiu interior, cel pe care îl conține. În spațiul lăuntric al formelor și al operei de artă se află mișcările și tensiunile care răzbesc spre suprafață și contribuie la realizarea expresiei. O anume intensitate a lor și o anume frecvență se fac resimțite în tonusul și în ritmul formei și al lucrării ca unitate, ca ansamblu. În spațiul exterior al formei și al lucrării se află celelalte forme cu care se relaționează și celelalte lucruri între care există și cu care are de a face, mai mult sau mai puțin, mai din apropiere sau mai din depărtare. Spațiul exterior începe de la conturul formei și există de jur împrejur, ajutând configurația și aducându-și aportul prin juxtapunere la realizarea unei anumite expresii. Spațiul din jur își are îndreptați toți vectorii centripeți importanți spre formă și exercită asupra ei o presiune specifică. Conturul este o graniță între vectorii centrifugi ai spațiului interior și cei centripeți ai spațiului exterior. Echilibrul formei este conturul, rezultat al juxtapunerii și conlucrării dintre interiorul care îi aparține și exteriorul în care se integrează.

Compoziția în artele plastice este spațiul ordonat, elementele sale fiind rânduite pe schemele diferitelor sisteme compoziționale, fie geometrice, fie libere. Ordonarea spațială se face în sensul ideii și conferă operei sensul. Astfel, se poate citi dintru început opera de artă ca sens, urmărind sistemul compozițional, schema pe care este realizat. Există compoziții pe ideea de creștere, de înălțare, de urcare, de coborâre și cădere, statice și dinamice, echilibrate și simetrice sau asimetrice, compoziții pe cerc, pe spirală, pe cercuri concentrice, compoziții centripete și centrifuge. Ori toate aceste variante compoziționale sunt, de fapt, variante spațiale, sunt ipostaze ale spațiului. Bineînțeles, aici este vorba despre spațiul operei de artă. Aceasta cuprinde în sine un anumit spațiu, anume ordonat în funcție de o idee și, ca atare, fiind originea expresiei de ansamblu, pe lângă faptul că expresia de ansamblu cumulează, este formată din mai multe expresii de element și mai multe expresii de relație. Chiar și în semantică ne aflăm în prezența unor termeni spațiali, vorbim de drumul spre operă, de parcursul prin operă, de orizontul ei, de prim plan și plan secund, de anvergură, de părți, de stânga, dreapta, etc.

În artă spațiul înseamnă loc iar timpul înseamnă moment. Locul și momentul pot fi reproduse, oglindite, evocate, dar în limitele unei aproximări plauzibile, în așa fel însă cu o larghețe care lasă suficientă intervenția autorului care face să funcționeze aici inteligența și cultura sa, imaginația și înțelegerea de care dispune. Locul și timpul, fie reproduse, fie reconstituite, alcătuiesc o idee sigură și care este premisa operei, dar tot restul imaginii create apare din personalitatea, cultura, experiența și capacitatea de creație a autorului respectiv.

În realizarea locului și timpului după model real lucrurile sunt simple căci relaţia directă cere numai capacitate de observaţie şi capacitate de reproducere într-o strictețe evidentă. Reconstituirile de loc și de timp cărora li se adaugă și reconstituirile de personaje sunt, în limitele temei și ale plauzibilităţii, operaţii care aparţin artistului şi în care el este suveran. Într-un peisaj, o natură moartă, în portret marja de imaginație a artistului este restrânsă, dar are larg teren de desfășurare în compozițiile figurative, mitologice, religioase, istorice. Cea mai mare libertate a imaginației și-au asigurat-o artiștii suprarealismului.

Și, totuși, nu spunem arte spațiale ci spunem arte plastice de la faptul că realizarea lor are loc prin transpunere în materiale care sunt predispuse modelării, prelucrării speciale. Sunt materiale sensibile care admit o mânuire deosebită datorită căreia sunt considerate plastice poartă o anumită denumire. Dar în plasticitatea lor sunt cuprinse și alte însușiri subordonate aceluiași atribut principal, calitatea de material însemnând și prețiozitatea lui, noblețea, expresivitatea, posibilitatea importantă a funcției frumosului. Dar, datorită faptului că sculptura, artă a volumului, este prin excelență artă a modelării, s-a instituit conceptul de plastic cu privire la expresia presupunând volumul, spațialitatea formei, expresivitatea suprafeței, sugestia volumului, virtualitatea spațială, conturul, raporturile de lumină – umbră, plin – gol, aproape – departe, incluzând, mai ales, sugestiile care ţin de tactilitate dar și de tectonică a lucrărilor, de structura lor. Vorbim de însușirile de plasticitate când caracterul expresiv al formelor este dat în primul rând de însușirile de spațialitate, reale sau virtuale, dat, de asemenea, de efectele conjugate ale diferitelor contraste. Încercarea de a ocoli cuvântul plastic ce defineşte artele și genurile lor tradiționale (pictură, grafică, sculptură, arte decorative) nu este justificată. Cuvântul artă pur și simplu este prea general iar arte vizuale, de asemenea, căci face trimitere la toate artele percepute cu ochiul.

Există mii de ani de experiență artistică în arhitectură și mii de ani de experiență în sculptură, timp în care fiecare și-a respectat specificul stilului. Totuși prin secolul trecut, sec. XX, a apărut o fascinație a sculptorilor pentru arhitectural și pentru monumental. Sculptorii visau la ansambluri sculpturale de mari dimensiuni prin care vizitatorii să poată circula, să poată trece precum prin interiorul unei arhitecturi. Asemenea ansambluri au reușit să realizeze Brâncuși, Calder, Ingo Glass. Dar nu la multă vreme s-a întâmplat ca și arhitecții să acorde importanță volumetriilor din sculptură și au dorit să realizeze și ei edificii în masele de arhitectură forma volumelor sculpturale, liber dizolvate în spațiu și desprinse de rigiditatea geometrismului. Asemenea clădiri au realizat Saarinen, Tange, Niemeyer, Stirling, Zaha Hadid, Gehry, Libeskind. S-au dovedit a fi benefice aceste schimburi reciproce de formă între arhitectură și sculptură, au condus la inedit, la spectaculozitate, la ieșirea din obișnuitul de gen. Dar trebuie observat că arhitectura a rămas arhitectură iar sculptura sculptură. Chiar și Piano, chiar și Calatrava, chiar și bloburile în încercarea lor de a depăși generalitatea de formă a genului, prin convertirea ei formală, edificiile rămânând funcționale, după cum și sculpturile imense din parcuri sau de pe faleze nu au primit o altă funcționalitate.

Camil **MIHĂESCU**

Conturarea designului grafic ca domeniu independent în cadrul artelor plastice*

Date preliminare

Titlul subiectului ce urmează a fi prezentat doreşte să sugereze naşterea ori desprinderea unei noi discipline din cadrul artelor plastice. Artele plastice sunt un domeniu care are drept suport de prezentare, comunicarea vizuală. Acest suport presupune existenţa unui emiţător, a unui receptor şi a unui limbaj de comunicare înţeles de ambele părţi. Primele încercări de comunicare şi păstrare a unei informaţii prin intermediul limbajului vizual au apărut în istoria timpurie a omenirii prin intermediu picturilor rupestre [1]. Picturile rupestre, superbe esenţializări vizuale ale realităţii înconjurătoare, aflate la graniţa dintre imagine şi simbol, sunt, practic, debutul artelor plastice. Exagerând puţin, putem considera că acest moment este totodată şi începutul graphic designului deoarece imaginile realizate aveau o conotaţie, o „funcţie" exactă. Am spus exagerând, deoarece, de-a lungul istoriei artelor, întâlnim uneori lucrări ce pot fi catalogate ca aparţinând graphic designului, însă conturarea acestuia ca domeniu aparte apare la sfârşitul secolului XIX şi începutul secolului XX.

Înainte de a ne apropia de această istorie, consider necesară încercarea de a defini expresia de design grafic. Termenul „*grafic*" provine din greaca veche – *graphos* înseamnă scriere, desenare, schiţare – şi desemnează componenta informaţiei vizuale, care, de cele mai multe ori, apare sub forma unor semne, simboluri, chiar imagini cu aspect mai mult sau mai puţin fidel realităţii şi, nu în ultimul rând, pachete de text. Etimologia termenului „*design*" ne duce spre latina clasică unde *de*- însemna în afară, iar *signum* însemna

semn sau marcaj. *Design* se referă la structurarea informaţiei grafice utilizând anumite legi şi raţiuni compoziţionale. Întotdeauna designul urmăreşte un anumit concept/idee care trebuie comunicată cât mai clar pe cale vizuală. Dacă, în cazul semnelor şi imaginilor, artistul-designer are la dispoziţie un întreg arsenal, necesar a stârni emoţii şi sentimente diverse în fiinţa privitorului, în cazul textului situaţia este mai restrictivă. Într-adevăr, un text comunică mult mai precis o anumită idee, dar el determină anumite limitări care ar putea dăuna proiectului. Mai precis, inflexiunile unei expresii comunicate verbal pot fi cu totul pierdute în cazul textului tipărit. Acesta este motivul pentru care au apărut variaţiile de formă, dimensiune şi aranjament ale textului în relaţie cu celelalte elemente de pe suportul grafic. Nu întâmplător am adus în discuţie această problematică, ea fiind o componentă importantă apărută la sfârşitul secolului XIX, care delimitează arta plastică de design.

În plan conceptual, mesajul designerului este expresia dorinţelor clientului care plăteşte pentru aceasta. Iată o deosebire majoră de arta plastică pură, angajată într-o altfel de relaţie cu societatea. De asemenea, arta are la bază ideea de unicat, pe când tehnica multiplicării, a reproducerii proiectului original dă anvergură graphic designului.

Ideea de comunicare, de publicitate nu este nouă şi nu aparţine timpurilor moderne. Întorcându-ne în timp, putem descoperi acest concept încă din secolul XV. În acea perioadă, mesajul era transmis pe cale verbal-auditivă prin intermediul *„strigătorilor”*, personaje care mergeau pe străzi şi se opreau, în intersecţii şi piaţete, pentru a striga mesajele memorate. *Strigătorii* anunţau noi legi date de rege ori împărat, mesaje ale bisericii, convocări etc. Acest mod de comunicare era simplu, direct şi pe înţelesul tuturor, însă avea un neajuns: informaţia era „volatilă”. Ca urmare, în 1539, Michel Papillon introduce posterul ca înlocuitor al *strigătorilor*. Ceva mai târziu, parizianul Théophraste Renaudot – medic protestant – deschide „Biroul de adrese” [2]. Acesta era o firmă care oferea informaţii şi scurte reclame despre diversele companii comerciale. Datorită succesului pe care l-a avut, în 1633, el tipăreşte aceste reclame, materialele sale fiind considerate primele afişe publicitare.

Un secol mai târziu, Revoluţia franceză va determina schimbări sociale menite să amplifice publicitatea. Astfel, Franţa experimentează libertatea presei, fapt care oferă oportunitatea tipăririi unui volum considerabil de mesaje publicitare. Totuşi, adevărata explozie a publicităţii se desfăşoară odată cu Revoluţia industrială din secolul XIX. Aceasta a jucat un rol dublu: pe de o parte, prin modernizarea suportului tehnologic care oferea facilităţi nemaiîntâlnite până la acea dată, iar pe de ală parte, ca şi comanditară de material publicitar.

Revoluția industrială

La sfârşitul secolului XVIII şi începutul secolului XIX are loc o dezvoltare tehnologică fără precedent, în mai multe ţări vest-europene, cu pregnanţă mare în Anglia. Acest fenomen se va numi Revoluţia Industrială, şi va avea implicaţii majore în viaţa socio-economică şi culturală a vremii respective. Ca si importanţă, Revoluţia industrială poate fi

comparată cu alcătuirea *primei ferme* agricole sau a primului *oraş-stat*.

Problematica apariţiei Revoluţiei industriale tocmai în Europa este intens dezbătută. Motivele care au făcut ca acest eveniment major să ia naştere aici şi nu în altă parte sau în altă perioadă sunt diverse şi controversate. La acea vreme, Europa şi China se aflau într-un oarecare echilibru de dezvoltare din punct de vedere economic, cultural şi tehnologic. Argumentele aduse în favoarea Europei sunt existenţa-abundenţa materiei prime şi a cărbunelui aproape de viitoarele centre industriale, şi, de asemenea, aprovizionarea cu diverse produse aduse din Lumea Nouă [3]. Pe de altă parte, China apare ca o societate mai conservatoare găsită într-un echilibru între cererea pieţei şi capacitatea manufacturilor şi a producătorilor bazaţi pe metode tradiţionale [4].

Dacă însă luăm în considerare climatul economico-bancar putem distinge câteva deosebiri care fac o mare diferenţă între cele 2 regiuni. De exemplu venitul pe cap de locuitor în Europa se situa undeva în jurul valorii de 1500 de dolari, cu o creştere semnificativă în Anglia – 2000 de dolari, iar China se situează la mai puţin de o treime din acest venit – 450 de dolari [5]. Un alt indice important care determină disponibilitatea lichidităţilor pe piaţă, este dobânda bancară. În Europa ea se situează în jurul valorii de 5% pe când China impune o dobândă de aproape 30%. Ca ultim argument, nu însă şi cel de pe urmă, constatăm o deosebire majoră între sistemul religios iudeo-creştin din Europa, orientat pe persoana individuală, şi curentele spirituale din societatea chineză – Legalism, Taoism, Confucianism, Budism, care erau orientate pregnant pe relaţiile interpersonale. Familia era mai importantă decât individul, iar pentru problemele prezente soluţia era privirea în trecut sau speranţa în viitor. Iată de ce, în China, industrializarea apare cu o anumită întârziere.

India se afla şi ea printre ţările extrem de dezvoltate la acea perioadă însă grăitoare este fraza unui istoric indian [6] „Capitalul menit să susţină Revoluţia Industrială din India a susţinut Revoluţia Industrială din Anglia".

Revenind la Europa mai amintim că Renaşterea a fost o perioadă înfloritoare, de mari deschideri [7], iar Reforma cu a sa mişcare protestantă a constituit un imbold pentru progres. De asemenea, *„Revoluția Științifică"*, începută cu mult timp în urmă [8] ia o mare amploare în perioada lui Voltaire (1600) în special în domeniile fizicii, chimiei, biologiei şi astronomiei.

Înainte de a ne referi la Anglia, mai amintim că în 7 noiembrie 1623 se pun bazele legale ale unui tratat economico-financiar pentru o piaţă internaţională comună care privea şi coloniile engleze şi olandeze.

Principalele argumente pentru iniţierea Revoluţiei Industriale în Marea Britanie sunt, pe de o parte, resursele financiare şi de materie primă pe care aceasta le primea din coloniile sale, iar pe de altă parte, profiturile obţinute din comerţul cu sclavi. Acest ultim argument este controversat, deoarece se afirma că bugetul Angliei era suplimentat doar cu 5% de comerţul cu sclavi, însă, indirect, avantajul era mult mai mare. [9]

Economia Marii Britanii, bazată pe manufacturi, începe prin 1700, datorită argumentelor expuse anterior, să treacă la producţia mecanizată, primul domeniu care se preta la această tranziţie a fost industria textilelor. Richard Arkwright inventează un sistem de toarcere a bumbacului pe baza forţei apei, pe care îl patentează în 1783. Imediat vor apărea zeci de astfel de mori de bumbac, gata să preia producţia venită din colonii.

A doua mare invenţie a fost motorul cu aburi [10] care, iniţial, a fost utilizat în mine însă mai târziu şi-a găsit nenumărate întrebuinţări în alte de industrii.

Un alt domeniu care cunoaşte o mare amploare este industria metalurgică, care prin noile inovaţii va putea produce materia primă necesară altor domenii.

Iluminatul cu gaz este, de asemenea, de o însemnătate majoră pentru acea perioadă, alături de dezvoltarea transporturilor. Acum se pun bazele unor reţele de căi ferate, şosele şi chiar canale navigabile.

Ca rezultate imediate, întreg acest ansamblu de evenimente care se cheamă Revoluţia industrială, generează premisele formării societăţii de consum, iar ca structură socială ia naştere o largă pătură socială de mijloc, care, treptat, va înlocui nobilimea de altădată. Evident, naşterea unei clase de mijloc capabile să cumpere produsele tinerelor industrii va genera automat nevoia unei publicităţi menite să ajute această nouă piaţă.

Forţa aburului este introdusă şi în domeniul tipografic unde randamentul şi viteza de tipărire cresc simţitor, ducînd la scăderea costurilor. Dar o invenţie venită de peste hotarele Angliei avea sa schimbe cu totul faţa graficii comerciale de până atunci.

Aloys Senefelder – inventarea litografiei

Spre sfârşitul secolului XVIII (conform calendarului Gregorian), mai exact în 1796 [11], este inventată tehnica litografică de către **Alois Senefelder**, actor de origine cehă. Importanţa acestei noi tehnologii constă în posibilitatea multiplicării rezultatului creaţiei plastice, într-un număr mare de exemplare. Potenţialul enorm, ascuns în spatele acestei invenţii, este tocmai diseminarea pe scară largă a unor lucrări/imagini care până atunci erau rezervate doar unui număr mai restrâns de privitori.

Aloys Johann Nepomuk Franz Senefelder se naşte la Praga în 1771, ca fiu al unui actor destul de renumit la acea vreme. Destinul său nu se leagă aparent de domeniul tipografiei sau cel artistic, el fiind trimis la Ingolstadt să studieze dreptul. Moartea tatălui său îl readuce acasă unde va trebui să-şi întreţină familia, revenind la vechea sa pasiune – teatrul. Devine actor şi de asemenea scrie o piesă de succes *Cunoscătorul fetelor*. Problemele financiare întâmpinate cu ocazia noii sale piese de teatru [12] îl determină să experimenteze o nouă tehnică de tipărire. Treptat, Senefelder îşi perfecţionează tehnica [13] atât din punct de vedere tehnologic, cât şi chimic, dându-i denumirea de tipărire chimică sau tipărire cu piatră în anul 1796. Termenul adoptat pe scară largă este, totuşi, cel de litografie şi provine, nu întâmplător, din franceză. Este primul proces planografic de tipărire, celelalte sisteme

utilizând fie relieful, fie gravura pentru plăcile de tipar.

Tehnica litografică [14] mai era numită şi tipărire chimică deoarece se baza pe diverse substanţe chimice care urmăreau principiul nemiscibilităţii dintre ulei şi apă. Procesul de tipărire era următorul: după ce imaginea era transferată pe placă (o piatră plană şi foarte bine şlefuită) prin intermediul unor substanţe pe bază de ulei (substanţe hidrofobe), era aplicată o emulsie de gumă arabică şi acid, ea aderând doar la suprafeţele neuleioase. Rolul acestei emulsii era de a genera un strat de săruri care intrau adânc în porii pietrei în zonele neacoperite. După această etapă, piatra era curăţată de toate emulsiile şi mediile uleioase, cu ajutorul unei substanţe numită terebentină. În momentul tipăririi piatra era udată, stratul de sare reţinând în mod natural apa. Datorită acestei retenţii de apă, cerneala, cu un conţinut mare de lipide era respinsă de aceste zone, însă adera de celelalte, care reprezentau exact desenul iniţial. În final, cu ajutorul unei prese, cerneala era transferată de pe piatră pe hârtie, rezultând o imagine în oglindă faţă de cea de pe placă.

Vom face, în cele ce urmează, o analiză a acestor materiale enumerate anterior.

În primul rând piatra din care erau manufacturate plăcile pentru tipar nu era o piatră oarecare. Este vorba de o rocă sedimentară care avea la bază calciul şi care are numele generic de calcar – CaCO3. Această saturaţie mare de calciu provine fie din cochiliile organismelor marine sedimentate pe fundul fostelor mări fie din filtrarea solului de apele subterane. La origine această rocă este complet albă însă ca urmare a impurităţilor – siliciu, minereu de fier, microorganisme etc. – ea poate primi diferite nuanţe. Roca este relativ uşor solubilă/dizolvabilă de apă sau acizi naturali.

Substanţele de bază uleioase sunt nenumărate însă litografia necesită uleiuri bogate în lipide datorită rezistenţei lor atât la apă cât şi la acizi. Lipidele sunt compuşi organici care au la bază hidrocarburi şi sunt caracterizate de proprietăţi solvabile foarte complicate.

Guma arabică este un produs natural numit şi gumă de acacia provenind din două plante/arbuşti subsaharieni – *Acaccia Senegal* şi *Acacia Seyal*. Este un produs folosit şi în industria alimentară deoarece este comestibil şi, de asemenea în industria farmaceutică, în special ca liant. Datorită faptului ca este uşor dizolvabil în apă este folosit în producerea culorilor de apă unde joacă rol de liant si omogenizator între pigment şi apă. De asemenea, după ce culoarea este depusă pe hârtie, apa se evaporă iar guma arabică va fixa pigmentul cromatic pe suprafaţa depusă. În litografie guma arabică este amestecată cu acid fosforic în concentraţii diferite, pentru a genera diverse tonalităţi de gri.

Emulsia este o combinaţie între două substanţe care în mod natural sunt imiscibile (ex. apă şi ulei). Cele două substanţe trebuie amestecate pentru a forma o emulsie care, de cele mai mult ori, este instabilă, adică tinde să revină la starea iniţială, deci substanţele să se separe. De aceea, de obicei se adaugă o nouă substanţă, numită surfactant, care are rolul

de a ţine emulsia omogenă.

Iată cum, un actor cu studii în drept ajunge să creeze una din cele mai importante invenţii care va marca puternic arta plastică şi, de asemenea, va servi ca suport extrem de util graficii publicitare. Un argument pentru valoarea acestei invenţii deosebite este păstrarea şi utilizarea până în zilele noastre a acestei tehnici de lucru în domeniul artelor vizuale.

Odată cu adoptarea litografiei pe scară largă, Aloys Senefelder scrie o carte/manual cu titlul Inventarea litografiei. Autorul publică cartea în 1817, iar conţinutul este o frumoasă împletire între viaţa şi invenţia sa.

După cum am văzut, tehnica descrisă anterior permite realizarea unor reproduceri monocrome. De aceea, odată perfecţionată această metodă, Senefelder începe, prin 1800, să experimenteze introducerea culorii şi prevede perfecţionarea acestei tehnologii care va fi capabilă să reproducă până şi picturi. Procesul se baza pe utilizarea unei plăci pentru fiecare culoare în parte, iar dificultatea consta în menţinerea plăcilor perfect aliniate. Cromolitografia se leagă însă de un alt nume celebru – Godefroy Engelman. Născut într-un oraş de la graniţa Franţei cu Germania şi Elveţia, Engelman urmează cursuri de pictură şi desen în atelierul lui Jean Baptiste Regnault. Interesat de tehnica litografică, el face o călătorie în Germania pentru a studia, direct de la sursă, acest nou mediu de tipărire. Imediat ce se întoarce acasă, fondează „*La Société Lithotypique de Mulhouse*” şi începe perfecţionarea procesului de tipărire color, obţinând, în 1837, un brevet de invenţie englez pentru cromolitografie în urma unor rezultate excelente.

Engelman fondează la Paris, compania „*Engelmann et Graf*”. De pe porţile acestei companii ies un mare număr de litografii de cea mai bună calitate, Engelman fiind cunoscut pentru lucrările sale cu subiecte pitoreşti comandate de Baronul Isidore Justin Séverin Taylor.

La început, cromolitografiile erau destul de limitate ca şi cromatică, utilizând în general tente plate, dar, ulterior, ele au evoluat ca şi complexitate. Astfel, nu era neobişnuit ca pentru o litografie color pregătirea plăcilor, care depăşeau de multe ori 20-25 de bucăţi, să dureze luni întregi.

La scurt timp după brevetarea tiparului color bazat pe plăci de calcar, procesul este importat în America, unde în 1840 apare prima litografie color – portretul Reverendului F. W. P. Greenwood – realizată de William Sharp. În această zonă începuturile litografice se leagă de reproducerea picturilor care, astfel, puteau decora casele clasei de mijloc, fără un mare efort financiar. Mai târziu însă, odată cu începutul Epocii victoriene, cromolitografia migrează treptat din domeniul artelor plastice, spre a servi scopurilor publicitare sau ilustraţiei de carte. Ea începe să fie folosită în reproducerile din cataloagele de artă, dar, în scurt timp, se extinde în domeniul posterului, al ilustraţiei de carte pentru copii sau carte de medicină. Amploarea pe care o ia cromolitografia în America face să apară termenul descrip-

tiv de „cromocivilizaţie", cu privire la societatea americană.

Paralel cu această tehnică, inventatorul german Friedrich Gottlob Koenig împreună cu ceasornicarul Andreas Friederich Bauer se mută în Anglia la începutul secolului XVIII şi perfecţionează o nouă maşină de tipar de mare viteză, care a fost patentată în 1811. Calitatea acestei maşini îl determină pe John Walter, directorul de atunci de la ziarul The Times, să treacă tirajul, începând din 29 noiembrie 1814, pe această tiparniţă.

Pe aceeaşi linie inovatoare se găseşte şi inventatorul, de asemenea german, Ottmar Mergenthaler, care este considerat un al doilea Guttenberg. Maşina inventată de el este, capabilă să plaseze uşor şi rapid literele ce urmau a fi tipărite. Născut în Baden-Wurttenberg în 1854, ca al treilea fiu al unui profesor, el urmează ucenicia într-un atelier de ceasornicar după care pleacă în America, în Baltimore, în 1872. În 1886 inventează Linotype [15], o maşină ce permitea unui operator să plaseze automat literele şi cifrele ce urmau să facă parte dintr-un text. Mergenthaler moare, din păcate în 1899 de tuberculoză, iar oficialităţile oraşului Baltimore dau numele său liceului *Vocational Technical Senior High School* .

Din cele expuse anterior, putem să tragem câteva concluzii referitoare la climatul economic-industrial din Europa şi în special cel din Marea Britanie:

– Revoluţia Industrială a generat, prin invenţiile sale, o modificare majoră în modul de viaţă şi de lucru al oamenilor;

– noţiunea de producţie în serie primeşte o nouă conotaţie datorită mecanizării şi automatizării;

– forţa aburului conferă o mare mobilitate populaţiei prin extinderea reţelei de căi ferate şi chiar apariţia, puţin mai târziu, a automobilului;

– piaţa de desfacere a bunurilor se amplifică considerabil datorită producţiei;

– tehnologiile necesare multiplicării materialului vizual au avansat suficient ca să preia nevoile comerciale.

Toate aceste fenomene sunt în măsură să genereze sau să amplifice o nouă trebuinţă, o nouă funcţie absolut necesară comerţului – *publicitatea*. Publicitatea, evident, nu s-a născut în acest moment, ea existând sub diverse forme cu mult timp înainte, după cum am menţionat deja la începutul acestui capitol. Însă acum este momentul în care publicitatea începe să fie practicată sistematic, prima sa formă de expresie fiind designul grafic, sau cum a fost numită la vremea respectivă, *grafica comercială*. Termenul comercial stabilea o ierarhie în care artele tradiţionale primau, grafica comercială fiind aservită intereselor economice, şi deci inferioară ca exprimare. Treptat, însă, vom vedea cum grafica comercială se va constitui în domeniul major pe care azi îl numim graphic design, şi nu mai conţine nimic peiorativ în denumire.

* Articolul este extras din cartea *GRAPHIC DESIGN – momente cheie în secolul XX*, Ed Artpress, 2009, 978-973-108-223-3

NOTE

[1] Este vorba în special despre picturile de la Altamira, Lascaux, Tassili şi Australia.
[2] Putem considera această carte de adrese ca fiind prima Carte Galbenă din istorie.
[3] Argumentaţia se bazează pe cartea *Great Divergence* scrisă de Kenneth Pomeranz.
[4] Ideea este dezbătută mai pe larg de către Benjamin Elman şi „*California school*" de orientare istorică, fondată de Jack Goldstone.
[5] Valorile exprimă venitul anual al unui locuitor, convertit în valoarea dolarilor actuali.
[6] Istoric de orientare marxistă Rajni-Palme Dutt, publica această idee în lucrarea „*India astăzi*" – 1947 în paginile referitoare la colonialismul britanic.
[7] Luăm în considerare exemplul lui Leonardo da Vinci, un adevărat inventator care s-ar fi situat extrem de bine în plin avânt industrial.
[8] În 1543 Nicolaus Copernicus scrie cartea *De revolutionubus orbiumcoelestium*.
[9] Prin 1840 sudul Statelor Unite producea 60% din bumbacul din lume, iar Marea Britanie beneficia de 70% din aceasta producţie.
[10] James Watt este cel care inventează motorul cu combustie externă având ca forţă motrice aburul, iar cărbunele ca şi combustibil.
[11] Anul în care Carl Gauss găseşte formula de construcţie a poligoanelor regulate cu ajutorul compasului şi echerului.
[12] Piesa se cheamă „*Mathilde von Altenstein*", iar încercarea de a o tipării i-a creat mari datorii financiare.
[13] Împreună cu familia de muzicieni Andre.
[14] Etimologia termenului îmbină două cuvinte provenite din greaca veche: *lithos* înseamnă piatră / *graphê* înseamnă scriere cu linii, desenare.
[15] Maşina proiectată de Merghenthaler a funcţionat până prin anii '70, deci aproape un secol

Iosif **MIHAILO**

Precepte de adecvare a designului în viziunea lui Dieter Rams

Designul are menirea de a răspunde unor necesităţi, astfel putându-se lesne deduce faptul că obiectele de design au în primul rând de îndeplinit o cerinţă funcţională care le impune oarecum şi forma. Totuşi, acestea comportă mai multe aspecte, deosebit de complexe, îndeplinind mai mult decât simpla cerinţă de funcţionalitate. Problematica semanticii obiectelor de design, a formelor acestora, este una deosebit de validă şi cât se poate de actuală. Întrucât în relaţia obiectului cu funcţiunea mai iau parte şi o sumedenie de aspecte ale comunicării la nivel subliminal, se poate spune că – de acum – produsele de design trebuie să fie conduse de mai multe principii, dincolo de cel care corelează forma cu funcţionalitatea.

"Forma urmăreşte funcţionalitatea." (*Form follows the function*.)

(Mies Van der Rohe)

"Forma urmăreşte funcţionalitatea – aceasta a fost greşit înţeleasă. Forma şi funcţionalitatea trebuie să fie una."(*Form follows function – that has been missunderstood. Form and function should be one*.)

(Frank Lloyd Write)

Capacitatea de relaţionare cu factorul uman, pe care obiectele de design reuşite o au în faţa celor de duzină, se poate dovedi suficient de importantă încât să convingă

consumatorul să le achiziţioneze. Un bun proiectant de design ajunge, odată ce capătă o experienţă şi stăpâneşte subtilităţile de comunicare prin design, să conceapă şi să se ghideze după nişte principii care trebuie să fie foarte concise şi cât se poate de clare, aproape inexorabile.

Dieter Rams va rămâne în istoria designului atât prin emblematicele sale proiecte de design din perioada când a colaborat cu *Braun*, dar mai ales prin enunţarea unui set de zece fundamente ale unui design reuşit, care să reziste şi testului timpului.

Un designer ține seamă, în primul rând, de considerentele esențiale ale proiectării. Pentru un proiect de design emblematic, vor trebui luate în considerație mai multe aspecte, care merg până în profunzimea relației dintre om și obiect. Firește, aceste principii pentru un design reușit nu trebuie absolutizate, ele nefiind o soluție universală de garanție a succesului.

1. Un design reuşit este inovator (*Good design is innovative*). Acest dintâi principiu pe care îl enunţă Dieter Rams se rezumă la însăşi menirea designului, şi anume aceea de a inova. În permanenţă designerii caută soluţii. Aşa au procedat oamenii dintotdeauna, chiar dacă şi-au făurit singuri obiectele – şi nu poate fi vorba de design sau de planificare prea detaliată – fiind evidentă relaţia dintre inovare şi perfecţionare. Începând cu primele încercări ale perioadelor timpurii ale devenirii umane, din epoca pietrei şi până în perioada modernă contemporană, transpare capacitatea umană de a oferi noi soluţii la problemele cotidiene, adică de a inova. Designul continuă acest parcurs uman indisolubil legat de devenirea obiectuală, de obiectualitate, iar acum este vorba despre preocupările unor oameni specializaţi, care iau parte la un proces separat de intervenţia utilizatorilor, aceştia din urmă devenind – de acum – nu mai mult decât beneficiarii produsului.

2. Un design reuşit face un produs folositor (*Good design makes a product useful*). Rezultatul unui proces de design trebuie să fie întotdeauna raportat la utilitate. Relaţia nu poate fi alta decât cea de la necesitate la soluţia obiectuală, în acest fel obţinându-se un obiect care este răspunsul la o cerinţă, la o necesitate. Orice creaţie a unui obiect care nu are o utilitate depăşeşte universul designului.

3. Un design reuşit este estetic (*Good design in aesthetic*). Calitatea estetică a unui obiect de design este integrată în sens mai larg în utilitatea sa prin faptul că obiectul poate avea un efect asupra stării de bine a utilizatorului. Pe lângă acest aspect aproape idealizant, mai intervine şi partea mercantilă a designului care de multe ori abrutizează fenomenul. În goana evidentă după profit, companiile mari apelează la felurite strategii de convingere a clientului, putându-se ajunge la o artificializare a formelor, mânată în principal de lupta concurenţială.

Totodată, ritmul galopant al dezvoltării tehnologiilor face ca în relativ scurt timp obiectul să devină vetust din punct de vedere tehnic, acest lucru reflectându-se şi în înfățișarea sa, prin felul în care formele sunt tributare tehnologiilor din acel moment.

Spre exemplu, monitoarele Apple din generaţiile mai vechi, cele ce foloseau o tehnologie care necesita o anumită carcasă exterioară, diferă fundamental de noile produse ultra-subţiri, care deja deţin un alt limbaj formal, ca o mărturie aproape ostentativă a capacităţilor tehnologice. În primul caz, este vorba de preocuparea designerilor din acel moment de a conferi produsului un aspect inedit, prin adoptarea unei soluţii reuşite de design care permite vizualizarea componentelor prin delimitarea părţii posterioare realizate din plastic translucid colorat. În cel de-al doilea caz, cel al monitoarelor cu grosimi foarte mici, poate fi vorba de o limitare a spaţiului de manevră a creativităţii designerilor, care au fost astfel constrânși să ofere o soluţie estetică pentru un produs al cărui aspect a fost dictat deja în mare măsură de aspectele tehnice. De aici, se deschide un nou drum, în care designerii vor fi puşi în faţa unui progres accelerat al tehnolgiilor, care le vor trasa într-un mod din ce în ce mai evident „terenul de joacă". Ce mai poate face un designer pus aproape în faţa faptului împlinit? Cum poate contribui la esetica unui volum dictat în aşa mare măsură de capabilităţile tehnologice? Aceste întrebări rămân deschise, iar cu timpul se va putea spune dacă designerul va fi tributar exclusiv avansului tehnologic.

4. Un design reuşit este inteligibil (*Good design is understandable*). Un produs bine gândit de un designer nu trebuie niciodată să fie de nedesluşit pentru un utilizator, ci trebuie să fie foarte clar conturat, astfel încât acesta să poată uşor să înţeleagă cum să-l folosească. Dacă este vorba despre o anumită funcţie a vreunui produs, atunci aceasta trebuie evidenţiată într-un mod foarte clar, intuitiv, prin forme recognoscibile. Un comutator sau un buton oarecare, de pildă, nu trebuie să fie perceput într-o manieră diferită faţă de ceea ce reprezintă. Fiecare element de design are menirea sa, reflectată ca atare – nici mai mult, nici mai puţin.

5. Un design reuşit este discret (*Good design is unobtrusive*). Valoarea unui obiect de design nu este conferită de artisticitatea sau de decorativismul acestuia, ci de o armonie estetică dată de adecvarea formală și utilitară. Ostentaţia cu care se prezintă unele obiecte de design poate fi o soluţie avantajoasă de moment, însă ea îşi are şi reversul, atrăgând respingerea după un timp oarecum limitat. Găsirea unui echilibru formal parcimonios îi poate atribui obiectului în cauză un limbaj de comunicare mult mai sublim, poate chiar atemporal prin reţinere.

6. Un design reuşit este onest (*Good design is honest*). Un obiect reuşit de design trebuie luat ca atare, întrucât el nu este menit a ieşi în evidenţă prin stridenţa sa, ci prin modul optim de a-i conferi funcţionalităţii un aspect adecvat estetic, într-un mod echilibrat, onest. Nu te poţi aştepta de la un produs de design să fie altceva decât răspunsul oportun la necesități, iar exagerările de orice fel conduc spre o relaţie lipsită de onestitate.

7. Un design reuşit este atemporal (*Good design is long-lasting*). Când proiectantul ia în consideraţie o abordare onestă asupra a ceea ce trebuie acea creaţie să fie la momentul respectiv, și nu mai mult, atunci există premisele ca obiectul realizat să treacă

testul timpului. Adecvarea şi corelarea formală cu comandamentele utilitare, cu cele socio-economice şi cu cerinţele estetice, fără exagerări, pot conferi obiectelor un „aer proaspăt", în ciuda trecerii timpului.

8. Un design reuşit ajunge până la cel mai mic detaliu (*Good design is thorough down to the last detail*). Adesea, un detaliu poate însemna mai mult decât întregul, dacă designerul îşi dozează amănunţit soluţiile creative. Altfel spus: „God is in the details" (Ludwig Mies van der Rohe).

9. Un design reuşit este ecologic (*Good design is environmetally friendly*). Vremurile acestea, ale începutului de mileniu al treilea, vin cu provocări nemaiîntâlnite pentru oameni. De la cetăţenii de rând, la designeri şi până la cei mai importanţi decidenţi politici, cu toţii înţelegem importanţa ecologiei sau, mai bine spus în acest caz, a sustenabilităţii designului. Subiectul nu poate fi tratat în limitele acestui material, el comportând aspecte mult mai complexe, însă este încă un factor crucial de care designerii vor trebui să ţină tot mai mult seama. Dacă un obiect de design este gândit să-şi aibă locul în viaţa oamenilor, să fie folositor, dacă trebuie să fie rentabil şi oportun din punct de vedere mercantil, dacă trebuie să fie estetic sau să ofere distracţii, atunci, în egală măsură, el trebuie să fie şi nepoluant după ce-şi încheie ciclul de folosire.

10. Un design reuşit este cât mai puţin design cu putinţă (*Good design is as little design as possible*). Un obiect cu un design desăvârşit, pe lângă faptul că aduce o soluţie inovatoare, că este folositor şi are un aspect plăcut, fiind totodată inteligibil, discret şi onest în estetica sa până la cel mai mic detaliu, rezistă testului timpului şi – mai nou – este şi ecologic. Astfel, el ajunge să fie perceput ca un lucru dat, să fie luat ca atare şi folosit de către utilizatori, ca şi cum s-ar cuveni să fie acolo, în acel moment, sub acea formă. Nimeni nu s-a gândit prea des la procesul de design al unui simplu obiect folosit cu regularitate. Pur şi simplu, el trece neobservat zi de zi, dacă este proiectat corect. Însă abia la ivirea unor deficienţe ergonomice, funcţionale sau estetice, el va atrage atenţia prin neplăcerile provocate.

Astfel, ca o încununare a acestor precepte ale lui Dieter Rams, un obiect de design este desăvârșit în măsura în care, în final, pare a fi nimic altceva decât rezultatul firesc al aşteptărilor, prezentându-ni-se într-un mod care aproape că pare neintenţionat.

NOTE

[1] http://en.wikipedia.org/wiki/Dieter_Rams#Dieter_Rams:_ten_principles_for_good_design
[2] John Heskett, *Design A Very Short Introduction*, Oxford University Press, New York, 2001, p. 8
[3] Jean Baudrillard*, Sistemul obiectelor,* Editura Echinox, Cluj-Napoca, 1996, pp. 32-33

BIBLIOGRAFIE

1. BAUDRILLARD, Jean, *Sistemul obiectelor*, Editura Echinox, Cluj-Napoca, 1996
2. BROHAN, Torsten, *Design classics*, Taschen, Köln, 2001
3. DORMER, Peter, *The Meanings of Modern Design: Towards the Twenty-First Century*, Thames and Hudson, London, 1991
4. DREYFUSS, Henry, *Designing for People*, Allworth Press,New York, 2003
5. FOCILLON, Henri, *Viața formelor*, Editura Meridiane, Bucureşti, 1978
6. GOODRICH, Kristina, *Design Secrets: Products*, Rockport Publishers, Beverly Massachusetts, 2001
7. HAUFFE, Thomas, *Design: A Concise History*, Laurence King, London, 1998
8. HESKETT, John, *Design A Very Short Introduction*, Oxford University Press, New York, 2001
9. KLEIN, Rober, *Forma şi inteligibilul*, Editura Meridiane, Bucureşti,1984
10. KLEMP, Klaus; UEKI-POLET, Keiko, *Less and More: The Design Ethos of Dieter Rams*. Die Gestalten Verlag, 2011
11. LOVELL, Sophie, *As Little Design As Possible: The Work of Dieter Rams*, Phaidon Press, London, 2011
12. MOCANU, Titus, *Morfologia artei moderne*, Editura Meridiane, Bucureşti,1973.
13. MORRIS, Richard, *The Fundamentals of Product Design*, Ava Books, Lausanne, 2009
14. MIHAILO, Iosif, *Conceptul obiectului în designul industrial*, Editura Artpress, Timişoara; Editura Muzeului Ţării Crişurilor, Oradea, 2014
15. PAPANEK, Victor, *Design pentru lumea reală*, Editura Tehnică, Bucureşti, 1997
16. PAREYSON, Luigi, *Estetica, teoria formativității*, Editura Univers, Bucureşti, 1977

Corina **NANI**

Corpul feminin – discurs senzual pentru arhitecţi

Pornind de la dialectica opoziţiilor în arhitectură formele ordonate ale Purismului faţă de senzualismul Art Nouveau sau forma etică a lui Peter Behrens faţă de forma impulsivă a lui Josef Maria Olbrich, putem să vorbim despre atitudinea modernismului care vizează consideraţiile decadente ale metaforei senzualităţii. Totodată mergând pe ideea că arhitectura poate să reformuleze discursul senzual al corpului uman ca obiect deghizat, ne conduce la o dezbatere a opoziţiilor complementare: ordine - dezordine, structură - haos, ornament - puritate, raţionalitate - senzualitate.

În următoarele rânduri vom încerca să demonstrăm reformularea corpului uman - metaforă a senzualităţii care se află atât în interiorul cât şi în afara acestor opoziţii atât în dialectică cât şi în procesul de dezintegrare a dialecticii. Acest fragmentarism, detaliu, cu o dublă deghizare în erotism, sunt luate în considerare nu numai în cadrul ideilor spuse, ci şi în ideile silenţioase care nu pot fi puse pe hârtie. De altfel obiectul deghizat un spaţiu al seducţiei nu poate fi pus în cuvinte, este nerostit, devenind o formă absentă şi o formă prezentă în acelaşi timp subliniind proprietăţile spaţiale ale obiectului deghizat.

Luat ca o extremă marginalizată de un senzualism inconştient, se înclină spre poetica corpului uman prin extensia ghidată de reguli şi busolă. La extrema cealaltă, cea a manipulării, se înclină spre o poetică a obiectelor deghizate desprinse din erotismul subtil.

Din nou originile acestui traseu trebuiesc căutate în repertoriul artistic ale căror opere sunt înregistrări de revelaţii manifestate direct din explorarea corpului uman. În

zilele noastre, arhitectul brazilian Oscar Niemeyer, discipolul lui Le Corbusier, a umplut caiet după caiet cu desene ale fetelor de pe plajele din Rio de Janeiro, pentru a-şi putea stimula mai bine inventivitatea formală. Le Corbusier însuşi a folosit o figură umană androgină şi mai degrabă corpolentă pentru a-şi explica sistemul de proporţii cunoscut drept *Le Modulor* [1], propria încercare de a-l actualiza pe omul vitruvian al lui Leonardo. Şi mai sunt, bineînţeles, şi suprarealiştii ale căror fantezii subconştiente şi într-adevăr adesea explicite au fost alimentate de preocuparea faţă de trupul femeiesc. Pentru suprarealişti corpul femeii nu avea, ca pentru, să zicem, pictorii secolului al XVIII-lea, doar o semnificaţie estetică, ci reprezenta mult mai mult.

Nu întâmplător am ales ca exemplu obsesiile megalomane ale lui Salvador Dali, care au avut cu siguranţă, influenţă asupra mass-mediei. Nu există o metodă prin care să se poată calcula influenţa pe care a avut-o *Visul lui Venus* al lui Dali asupra imaginaţiei americanilor, în îmbinarea sa dintre corpul fizic şi stările psihologice. Salvador Dali şi-a construit pavilionul *Visul lui Venus*. Un decupaj după Venus a lui Botticelli stătea deasupra uşii ca dovadă a unei ironii tăioase. Intrarea era încadrată de nişte coloane care sugerează clar picioarele unei femei şezând cu genuncii larg desfăcuţi. La intrarea în pavilionul lui Dali se afla o parodie despre naştere şi sex. În acest timp, femei în carne şi oase în costume de baie şedeau pe şezlonguri, de asemenea împodobite cu nuduri voluptoase, semiabstracte, din ceramică şi cu cârcei din ghips. Într-o scrisoare către Julien Levy, Dali mărturiseşte că vrea să construiască:

“Un spaţiu intrauterin portabil, cu salivă încălzită înăuntru, care să se scurgă pe pereţii păroşi. Atunci când cineva este deranjat de un anumit lucru, montează acest dispozitiv şi intră înăuntru, la fel cum ar intra în pântecul Mamei.” [2] Acest concept ambiţios nu a fost realizat pe deplin prin *Visul lui Venus*, însă tema din interior, bazată pe apă, a fost - cel puţin pentru Dali - îndeajuns de sugestivă cât să amintească de pântecul îmbietor. În două rezervoare mari de apă se aflau elemente distonante, inclusiv o vacă şi un pian. Printre acestea, 17 fete pe jumătate dezbrăcate pozau ca sirene. În afara rezervoarelor de apă se află inclusiv o Cameră a Visului lui Venus care le dădea bărbaţilor posibilitatea să admire un nud culcat în timp ce vocea lui Venus se auzea la un difuzor spunând: “Cuprinsă de febra dragostei, mă întind pe pat. Un pat nesfârşit, şi-mi visez visele arzătoare - cele mai lungi vise visate vreodată, fără început şi fără sfârşit.” [3]

Asemenea lui Dali, în scenariul magazinului *Bluemarine* din Londra, conceput de Fabio Novembre, intrarea este încadrată de coloane care sugerează clar picioarele unei femei larg desfăcute. Continuând prin abstractizarea ideii unui spaţiu intrauterin, spaţiul seducţiei (podele pereţi) este învelit într-o elegantă textură roşie. Într-un alt scenariu al jocului subtil erotic, de această dată barul - restaurant numit *Shu*, tavanul este ca un imens sistem electric cu dispozitive individuale de iluminare care utilizează circuite printate şi umbre. În centru, două mâini aurite gigantice suprapuse peste pilaştrii susţin tavanul care face trimit-

ere la Shu, divinitatea egipteană, care conform mitului sprijină cerurile. Folosirea sticlei este de asemenea originală, tejgheaua barului este din sticlă suprapusă, alăturată, de diverse grosimi, în timp ce pereţii sunt acoperiţi cu geamuri găurite de gloanţe.

Un traseu de acelaşi tip, dar lărgind mai mult problematica omagiului adus picturii femeilor nude, îl propune Fabio Novembre pe care îl regăsim în scenariul *Divina Disco* ce devine un nud feminin de esenţă pură. În spatele acestui obiect deghizat, un templu al feminităţii, se află mitul metaforei senzualităţii ca sursă de inspiraţie. Piesa de rezistenţă a obiectului deghizat este mozaicul colosal ce conţine reproducerea unei picturi, *Originea lumii* de Gustave Courbet, a organelor genitale a unei femei culcate. Jocul paradoxal al picturilor realizate de maeştrii ca Boucher, Giorgione, Ingres, Velasquez, pare să susţină designul - jucătorului, astfel încât jucăria de design se prezintă ca un obiect deghizat în care privitorul - jucător devine el însuşi un obiect vivant. Tocmai acest ghid al jocului subtil, ne aduce aminte de voyeurismul care devine seva obiectului deghizat ce urmează regulile codificate ale provocării invadat de spaţiul privitorului.

Un alt artist care aduce în centrul atenţiei ipostaza corpului uman în design, este Carlo Mollino, unul dintre oamenii renascentişti ai secolului XX. Regula de aici a jucătorului este de a conceptualiza forme pe care să le fotografieze bine. Obiectul deghizat prezintă limita extremă a sincerităţii erotice a experienţelor în exploatarea pe care practica profesională obişnuită, nu putea să o ofere deşi aceste jocuri ale seducţiei i-au servit practicii lui profesionale într-o înfăţişare atenuată. Mollino a mediat formele cu un simţ al ironiei corespunzător consumului general şi a încercat să dea o aplicaţie practică senzaţiilor pe care el le-a explorat în unele proiecte de locuri pentru amuzament public cum sunt *RAI Auditorium, Lutario Ballroom* şi *Teatro Regio*.

Legătura conceptuală între zilele de acum şi Carlo Mollino este tot mai evidentă. Animarea obiectului deghizat, este completat în *Teatro Regio* în Torino, care a fost finalizată abia în anul morţii sale; ea poate fi văzută ca o intensă erotizare cu precizarea integrării, în prezenţa jocului. Este un scenariu al identităţii sale, şi, probabil, a noastră, de asemenea. Criticul Herbert Muschamp [4] a fost inspirat într-o reverie de speculaţie erotică de *Teatro Regio*, lucru neobişnuit pentru o clădire civică. Chiar intrând în teatru, remarcă respectivul critic, este ca şi cum suntem înghiţiţi de "un loc în care te îndrăgosteşti la prima vedere, de un străin ciudat. Acest sentiment va fi dispărut până când tu vei fi mers prin acest labirint spaţial fără pereţi [...] auditorium-ul nu se poate fotografia. Şi acesta trebuie să fie, probabil, X-evaluat. Descriind o cameră ovală vastă iluminată de tije transparente, Muschamp a spus că este vorba despre "impresia neîndoielnică de spermatozoizi care penetrează un ou." [5] Iar obiectul deghizat, ca un imperativ erotic devine o prezenţă stilizată, ambiguă, constantă, astfel încât metafora senzualităţii cuprinde fiecare joc al seducţiei, chiar şi planul solului în Teatro Regio a explicit profilat ca şi bustul unei femei generos proporţionat în poziţie înclinată.

De altfel, simplele transpuneri iconografice le remarcăm, parcurgând creaţia

artistică a designerului Philippe Starck. Omul fanteziilor, care folosea stiluri vechi reinterpretate în policarbonat şi metal, combinaţii de lemn, piele, metal şi plastic, pentru a pune în prim plan forme mai plastice şi pentru care finisajele şi structura intrau într-o relaţie de tip "piele şi os". A mers pe acelaşi drum asemeni lui Carlo Mollino. Structurile sale sunt ca articulaţiile abstracte al corpului uman, înfăşurate în muşchi şi epiderma potrivit unei unităţi, după o lege a exploatării corpului uman. Exemplu în acest caz îl constituie obiectul deghizat *Nani Nani* din Tokyo. Nu este decât o jucărie vie, cea care aparţine jucătorului şi spectactorului, care se raportează la spaţiu într-o continuă seducţie, la dinamismul unui scenariu în desfăşurare. Preocuparea jucătorului pentru întreg, proporţie şi echilibru insuflă viaţă obiectului deghizat, iar scenariul complex pe care l-a dezvoltat „[...] deţine o poziţie de vârf în istoria arhitecturii, fiind perceput ca un fenomen arhitectural. Structura clădirilor urmează principii statice, şi ca atare geometrice prin care forma întreagă, în concepţia organică a unităţii naturale ducând spre o construcţie expresivă." [6]

De altfel nu este vorba de o ipostază trecătoare a obiectului deghizat, într-un spaţiul al seducţiei, dar ancorarea latentă în realitate nu este accidentală. Atât Carlo Mollino cât şi Oscar Niemeyer au avut legături cu suprarealismul. Şi totuşi jocul lor cu scenariul seducţiei, a influenţat cei mai proeminenţi arhitecţi de la începutul secolului XXI, printre care Rem Koolhaas, Zaha Hadid şi Frank Gehry. Acum, jucătorul sedus dictează forma obiectului deghizat. Iar esenţa stă sub semnul căutării formelor feminine dramatice, atent construite.

Gesturile modernismului şi al postmodernismului polemizează cu acel tip de genital - falic, polimorf - androgin (expresii folosite de Ioan Pop Augustin) care reafirmă valoa-rea simbolică a imaginii obiectului deghizat şi semantica explorării corpului uman. Spaţiul de seducţie a modernităţii, este reprodus cu o fidelitate a jucătorului care vizează transferul imediat al corpului uman. sedus.

Este uşor să facem asociaţii morfologice între clădiri şi corpul femeii. Dacă pentru artist relaţia dintre eul filozofic (privirea) şi eul pictat (corpul uman) devine o metaforă a senzualităţii, pentru designer şi obiectul deghizat este considerată o relaţie paradigmatică.

Este impresionant să remarcăm cum primul subiect al artei a fost o femeie, primul subiect al arhitecturii secolului douăzeci şi unu este tot o femeie. Aceasta este Zaha Hadid. Ne oprim acum, asupra discursului metaforei senzualităţii construit prin manipularea obiectelor deghizate, care îţi dau impresia că pot să sară. Hadid respingând formalismul de tip rectiliniu şi totodată insistând pe înlocuirea acestuia cu formalismul de tip biomorfic, oscilează mereu între cele două reguli al jocului subtil erotic, astfel încât obiectul deghizat joacă un rol important. De altfel, limbajul formal al lui Hadid (chiar dacă inventarea şi realizarea sa se bazează pe proiectare computerizată avansată) ne trimite cu gândul la mamifere ovipare, la hrănire, la spaţii de forma uterului, la căldură, atingere şi sensibilitate. Aceleaşi impulsuri subtil erotice monopolizează şi fascinaţia documentară, impulsul obiectului deghizat însuşi, ce reţine tendinţa erotică, este unul dintre aspectele puterii evocatoare care

stârnesc dorinţa. La o privire mai atentă asupra obiectelor deghizate care par că ar sări, ne dezvăluie de fapt starea de extaz. Uitându-ne la catalogul precedent al lui Zaha Hadid, este remarcabil cum designul său a progresat atât de repede. În urmă cu douăzeci de ani ea făcea zig-zaguri clar definite. Evoluţia sa către o multitudine de forme ovale este dovada atât a progresului technologiei computerizate care o face posibilă, cât şi a creşterii gustului pentru valorile feminine în design. Curbele calde callipygiene sunt mult mai plăcute în situaţii de stres decât marginile reci şi ascuţite ca lama.

Toate aceste realităţi deja transpuse în imagine şi tratate drept document devin obiecte deghizate ale unor reorganizări, reciclări. Toate aceste exemple atestă, fiecare în felul său, faptul că explorarea corpului uman a fost abordat ca un obiect, ca o verigă din lanţul scenariilor reprezentate până acum. Aşadar, este important de notat că, în fiecare din aceste scenarii, artistul este jucătorul seducător/sedus cu jucăria sa sedusă/seducătoare. Transparenţa şi senzaţiile de corp uman uşor şi plutitor devine una dintre temele de explorat al obiectului deghizat modern. Această nouă imagine care foloseşte reflexia, gradaţia transparenţei, suprapunerea şi juxtapunerea pentru a crea un simţ al densităţii spaţiale, induce o nouă atitudine mereu schimbătoare ale mişcarii şi luminii: senzualitate. Tocmai această caracteristică poate transporta imaterialul relativ şi simplitatea obiectelor deghizate într-o experienţă pozitivă a spaţiului, locului şi înţelesului seducţiei.
Această presupunere de relaţii în spaţiul seducţiei, demersul designerului din interior spre afară, „succesiunea între „a fi - în - pictură" şi „a fi - în - afară" sunt dublate de modul în care inserţiile scrise însoţesc imaginea." [7]

Problema relaţiei dintre jucător şi jucărie, aşa cum am încercat să îl tratez în acest subcapitol, este însoţit de „dedublare şi opoziţie, revers şi avers, saturaţie şi negaţie, căutarea limitelor sale interne şi a frontierei estetice, căutarea propriilor sale posibilităţi comunicative, a captivării privitorului şi a urmelor autorului." [8]

Şi totuşi, aparent nu este decât o listă incompletă, desigur a acestor caracteristici, şi devine o mişcare continuă şi dominată de definiţii şi înţelegeri a legăturii dintre designer şi obiect deghizat (corpul uman). Căci dincolo de aceste praguri, se întinde profunzimea subtil erotică al jucătorului, astfel încât obiectul deghizat, se implică, spre un imaginabil design, se reformulează retrospectiv în designul celulelor vii ale corpului uman. Istoria autobiografică al explorării corpului uman, manipulează jocul cu semnificaţiile şi interpretările, păstrându-şi totodată disponibilitatea pentru curiozitatea jucătorului.

Şi totodată obiectul deghizat agreabil mediază o experienţă a proceselor cu ajutorul cărora s-a realizat jucăria; într-un fel invită privitorul să atingă mâna jucătorului. Închiderea uşii e unul din detaliile fiecărei clădiri care necesită o strânsă atenţie ergonomică şi asigură oportunitatea unui contact fizic strâns, între mâna jucătorului şi mâna privitorului prin medierea acestui obiect. Uşa reprezintă ornamentul clădirii, şi închiderea uşii cu o greutate a corpului e deseori cea mai intimă întâlnire cu structura obiectului deghizat. Cali-

tatea arhitecturală se manifestă în plenitudinea şi nechestionată demnitate a experienţei. Între spaţiu şi spectactorul care experimentează are loc o rezonanţă şi o interacţiune; sau mai bine spus, ne-am plasat în spaţiu şi spaţiul s-a plasat în noi.

NOTE

[1] În Le Modulor dezvoltând tradiţia *Omului Vitruvian*, Le Corbusier a încercat să descopere prin proporţii matematice în corpul uman (numerele Fibonacci, raportul de aur) pentru a îmbunătăţi aspectul architectural.
[2] Stephen Bailey, *Woman as design: before, behind, between, above, below*, Editura Octopus Publishing Group 2009, p. 298
[3] Stephen Bailey, *Op.cit.*, p. 298
[4] Herbert Muschamp a fost un gânditor umanist a cărui operă a schimbat pentru totdeauna modul în care gândim despre clădirile noastre.
[5] *Ibidem*, p. 304
[6] Gabrielle Fahr-Becker, *Art Nouveau*, Editura Noi Media Print 2007, Bucureşti, p. 201
[7] Victor Ieronim Stoichiţă, *Instaurarea tabloului*, Editura Meridiane Bucureşti 1999, p.273
[8] Victor Ieronim Stoichiţă, *Op.cit.*, p.306

Filip **PETCU**

Semnul Sfintei Cruci ca pecete triumfală în sintaxa spaţială a *topos*'ului ecleziastic georgian

Am punctat succint în capitolul I al tezei mele de doctorat „Morfosintaxa arhetipurilor iconografie georgiene. Paradigma icoanei-relicvariu" asupra aspectului recurenței temei triumfale a Înălțării Sfintei Cruci de către Îngeri în repertoriul iconografic georgian, făcând trimitere la studiul lui Beridze [1], în care autorul se referea cu precizie la reliefurile veacurilor al VII-lea prezente în decorul eclezial. Este important să menționăm modul în care această temă a persistat de-a lungul veacurilor în varii formule la nivelul programelor iconografice ecleziale, constituindu-se într-o soluție fundamentală de rezolvare plastică pentru cupole, bazându-se pe episodul hagiografic al Sfintei Nina, propriu-zis cel al arătării Sfintei Cruci pe cer. Tema Înălțării Sfintei Cruci este recognoscibilă în pictura georgiană odată cu veacul al XI-lea, prin exemplul de la Ishkhani, unde Crucea *gemmata* în mandorlă figurează înscrisă în cercul dublat de o bordură irizată, susținută de patru îngeri [2]. Câteva decenii mai târziu, regăsim în cupola de la Khakhuli tema Crucii Triumfale, unde aflăm prezente astrele și luna [3]. Crucea Triumfală o aflăm ulterior şi într-un discurs mai narativ la Ateni, în veacul al XI-lea, alături de personificările celor patru fluvii și mai târziu, în veacurile XI-XII, la biserica din Manglisi, în Kvemo Kartli, unde în partea de sud-est a cupolei ne întâmpină prezența inedită a Sfântului Mucenic Mamas călare pe leu, purtând cornul abundenței în calitate de prieten al animalelor și ca sfânt tutelar al naturii regenerative sub incidența soarelui. În aceste cazuri, Semnul Sfintei Cruci este uneori prezent sub forma de „*Crux gemmata*", înscris în mandorlă, fiind prezentat într-un context metaforic cu elemente auxiliare, ca simbol de proporţii cos-

mice al triumfului Hristic final și al biruinței asupra morții prin Înviere.

În chip similar, Înălțarea Sfintei Cruci apare în nartexul bisericii Adormirii Maicii Domnului de la Vardzia, unde în proximitate se află Îngerul rulând desfășurătorul timpului, vecinătate iconografică ce atestă dimensiunea eshatologică a cadrului, prefigurând un simbol al Parusiei. Această legătură asociativă cupolă și Parusie, o întâlnim în biserici precursoare din Tao-Klarjeti, prin prezența Înălțării Domnului, la Doliskana și Opisa [4].

Confruntând aserțiunea lui D. Khoshtaria [5], putem sesiza o evoluție a sensului semantic dinspre funcția descrisă de autor în contextul analizei reliefului Înălțării Sfintei Cruci de către doi îngeri, din timpanul intrării sudice de la Djvari, către sensul atribuit prin reamplasarea spațială a temei pe bolți sau în cupolele ecleziale. Khoshtaria sesizează importanța Crucii din timpanul de la Djvari ca simbol al Patimilor și Învierii Domnului, dar și ca o prefigurare a Parusiei și Triumfului Hristic, ce are menirea să pregătească credincioșii să se confrunte cu artefactul făcător de minuni, relicva Crucii Sfintei Nina. [6] Opinia cercetătorului cu privire la Crucea de la Djvari este legată de particularitatea prezenței a ceea ce am numit anterior ca „*leaved cross*" sau „*Kreuz im Kelch*", [7] ceea ce potențează caracterul triumfal și festiv al imaginii, cu atât mai mult cu cât relieful era colorat inițial în roșu, indicând minunea apariției Crucii de foc pe cer, înaintea amplasării Crucii Sfintei Nina. [8] Este limpede faptul că autorul subliniază în mod particular sugestia Învierii prin relieful timpanului de la Djvari ce coexistă pe aceeași fațadă cu o reprezentare a Înălțării Domnului [9], pe când reprezentările din cupole accentuează ideea de Parusie a Mântuitorului.

Semnul Crucii figurează înălțat de patru Îngeri în zbor, orientați tangențial la perimetrul cercului de circumscriere al acestuia, profilându-se în unele cazuri pe fundalul înstelat ce semnifică întregul cosmos. Către sfârșitul veacului al XII-lea întâlnim reprezentarea Înălțării Sfintei Cruci în cupola de la Iqorta; Triumful Crucii în absența îngerilor îl aflăm, apoi, în veacul al XIII-lea la Timotesubani, prezentând în locul fundalului albastru nuanțe incandescente de roșu și îl regăsim concomitent la Qintsvisi, însoțit de inscripția abreviată a titlului „Iisus Hristos Biruitorul", ce augmentează dimensiunea triumfală a subiectului la Natlismcemeli și Bertubani, la biserica Sfinților Mucenici de la David Gareja și la capela sudică a bisericii Născătoarei de Dumnezeu de la Gelati. În cazul ansamblului de la Bertubani, regăsim Înălțarea Sfintei Cruci de către trei îngeri, reprezentată pe bolta bisericii rupestre. Crucea apare flancată în vecinătate de opt reprezentări de Praznice, scene mariologice și hristologice [10], în cadrul ansamblului pictural datând din primul sfert al veacului al XIIIlea, în prezent conservat doar fragmentar. În trapeza mănăstirii se păstrează din aceeași perioadă o imagine a Triumului Sfintei Cruci, prezentând Crucea cu geme înscrisă în mandorlă, profilându-se pe fundal albastru înstelat [11]. O reprezentare a Triumfului Crucii datând de la sfârșitul veacului al XIII-lea se găsește de asemeni într-o capelă rupestră de la Natlismcemeli. [12] La Udabno aflăm Înălțarea Sfintei Cruci în *diakonikon*'ul bisericii Născătoarei de Dumnezeu, în pictura de secol al XIII-lea, unde cei patru îngeri susţinând mandorla în care se află Crucea



Cruce-Prealtar, Lagurka, Biserica Sf. Kvirike și Ivlita, Khe, Kala

gemmata se profilează pe fundalul alb, înstelat al tavanului bisericii rupestre. În chip similar, întâlnim scena fragmentară, conservată precar în biserica Motsameta dedicată Sfinților Mucenici, la nivelul picturii de secol XI-XIII. În programul mural de la 1290 [13] din biserica Buneivestiri de la Udabno aflăm reprezentarea Crucii triumfale, amplasate în centrul unui registru ce traversează longitudinal bolta spațiului eclezial, descrisă bilateral de scene din *Dodekaorton* [14].

Tematic și compozițional, subiectul pare a fi foarte probabil asimilat la origini din decorurile ecleziale specifice Palestinei secolului al VI-lea, fiind prezent aproape concomitent cu reprezentările din pictura georgiană, în veacul al X-lea și în arealul Cappadocian, în concă Biserica Bakili, apoi pe bolți și tavane la biserica celor Trei Cruci de la Güllu dere și la Sfântul Simeon, la Zelve. Trebuie să menționăm faptul că am identificat Triumful Crucii și în cazul altor edificii ecleziale de referință ale veacului al XI-lea. Primul caz îl constituie ansamblul de la Hosios Loukas, în Phokida, unde Triumful Crucii apare aproape la mai multe intersecții ale celor zece bolți în cruce ale criptei, tocmai în cheile de boltă, [15] încununând reprezentările busturilor de Sfinți zugrăviți în medalioane, respectiv în *Katholikon*, pe bolta capelei de sud-vest. În al doilea caz de referință, îl regăsim într-o cupolă aparținând spațiului arhitectural numărul șaisprezece localizat în aripa de nord a bazilicii Sfântului Nicolae de la Myra; în acest din urmă caz, subiectul iconografic al Triumful Crucii coexistă cu Împărtășirea Apostolilor în pictura murală de secol al XI-lea a cupolei, fiind independent ca motiv pictural cu caracter simbolic în mai multe rânduri, pe bolțile nartexului, unde se găsesc ilustrate Sinoadele Ecumenice.

Importanța cultului Sfintei Cruci ca simbol al Triumfului Hristic constituie indubitabil nu doar nu apanaj al asimilării unei tradiții iconografice pe filonul palestinian, ci și o consecință directă a unui cult liturgic elaborat, întemeiat pe o conștiință națională conform căreia se păstrează, potrivit tradiției ecleziale, o venerare dintru început a acestei relicve efective. Putem porni de la Crucea dăruită de Maica Domnului Sfintei Nina, continuând cu cele trei Cruci, corespunzătoare hagiografiei acesteia, Tkhoti-Djvari, Mtskhta-Djvari și Ujarma-Djvari, și culminând cu darul împăratului Constantin cel Mare, ce consta în fragmente autentice din însăşi Crucea Răstignirii Domnului și Cuie veritabile din repertoriul instrumentelor Sfintelor Patimi ale Mântuitorului. Suntem îndreptățiți să presupunem că aceste relicve au fost încorporate în relicvarii; este aproape o certitudine faptul că fragmentul din Crucea Răstignirii trebuie să fi fost inclus într-o *stavrotecă* [16]. Cunoaștem mai multe exemple de acest fel în repertoriul patrimonial georgian, ca cele de la Martvili, Tsalenjikha, Shemokmedi, Lagurka, Mestia etc.

Această tradiție fundamentată pe relicve importante ale Creştinătății, conservate până în istoria recentă în patrimoniul Georgian, a determinat o altă particularitate a edificiilor ecleziale georgiene, potrivit căreia unele dintre biserici păstrează Cruci de mari dimensiuni amplasate în mijlocul navei, pe un postament situat chiar sub cupolă. Perpetu-

area așa-numitelor „*Voraltarkreuze*" [17], pe care le vom numi Cruci „Pre-Altar", constituie un obicei respectat prin tradiție și perpetuat până în veacul al XVIII-lea.

Conform descrierii lui Amiranashvili, amplasarea acestor Cruci pare să aibă o referință istorică foarte veche, ce trimite spre un gest arhetipal, respectiv întemeierea unei Cruci din metal chiar pe Golgotha de către însuși Împăratul Constantin cel Mare. [18] Considerăm necesar să completăm cu faptul că în mai multe rânduri astfel de Cruci, adesea relicve, începând cu cele asociate hagiografiei Sfintei Nina, realizate inițial din lemn, în mod integral sau fragmentar au fost încorporate în Cruci mari sau încastrate în ferecături asamblate din tăblii din metale prețioase, lucrate individual în *repoussé*. Această împodobire poate fi interpretată ca un act întreprins ca formă de cinstire acordată relicvelor, expuse în cadrul eclezial spre venerare. Dintre aceste „*Voraltarkreuze*" am consemnat în cercetările noastre anterioare o listă detailată cu artefacte notabile, de mari dimensiuni, provenind de la varii edificii, amplasate uneori *in situ* iar alteori centralizate în colecțiile muzeale de stat. Am ilustrat deopotrivă particularitățile programelor iconografice specifice acestora..

Rămâne notabil faptul că unele dintre aceste Cruci poartă uneori pe cantul superior un acoperământ de tipul unei pălării sau coroane, ce variază de la un artefact la altul ca formă și volumetrie. Aceste acoperăminte, de tipul unor coifuri conice ascuțite sau rotunjite către vârf, se prezintă în perfect acord stilistic cu ansamblul Crucii, fiind decorate de asemeni în *repoussé*. În cazul Crucii de la Tchkhari-Sadgeri, putem sesiza la nivelul coifului prezența iconografică a *Viziunii Deisis* în varianta redusă strict la prezentarea Mântuitorului pe Tron, binecuvântând și ținând Scriptura deschisă, flancat de cei doi intercesori, compoziție urmată în plan superior, pe direcție verticală, de trei frize vegetale tip *anthemion* [19] cu trimitere sugestivă spre simbolismul paradisiac al Raiului.

Relevanța tuturor acestor cazuri particulare dezvăluie în itinerarul discursului despre *icoana-relicvariu* transpunerea acelorași motive în contexte similare, aplicate mai elaborat sau mai sintetic planului compozițional al unor *icoane-relicvariu*, fie ele pictate sau în *repoussé*.

Înțelegerea contextelor simbolico-semantice de transpunere a unor relații iconografice de acest tip, respectiv reperarea elementelor morfologico-sintactice și ancorarea lor în tendințele stilistice proprii artei ecleziastice georgiene, reprezintă un proxim pas în elaborarea unui concept de bază privind restaurarea sintagmei *icoanei-relicvariu* și extrapolarea potențialului acesteia la arta liturgică actuală.

NOTE

[1] A., Alpago-Novello; V., Beridze; J., Lafontaine-Dosogne; E., Hybsch; G., Ieni; *N., Kauchtschischwili, Art and Architecture Cit.*, pp. 32-33.

[2] D., Tumanishvili; K., Mikeladze; M., Didebulidze, *Georgian Christian Art Cit.*, p. 119.

[3] A se consulta în acest sens ideea despre cazurile Ishkhani și Khakhuli ca precursoare pentru Sa-

bereebi și Manglisi Cf. M., Didebulidze, *Monuments of the Medieval Cit*., p. 5.

[4] M., Didebulidze, *„Monuments of the Medieval Georgian Wall Painting in the North-East Turkey (History and Present State)"*, în *21st International Congress of Byzantine Studies*, Communication VIII.7 Eastern Anatolia, London, 2006, p. 3.

[5] D., Khoshtaria, Jvari Church of the Holy Cross at Mtskheta, *G. Chubinashvili National Research Centre for Georgian Art History and Monuments Protection*, Tbilisi, 2008, p. 21.

[6] *Ibidem*.

[7] *Cf.* D., Talbot Rice, *Op. cit*., pp. 72-81; J., Flemming, *Der Lebensbaum Cit*. *apud* B., Dümler, *Op. cit*., p. 434.

[8] D., Khoshtaria, *Op. cit*., p. 21.

[9] În care Hristos apare bust, binecuvântând din dreptul pieptului, ținând Evanghelia deschisă. Mântuitorul este cuprins în mandorla susținută lateral de doi îngeri.

[10] M., Bulia; D., Tumanishvili, *Natlismcemeli Bertubani Cit*., pp. 93, 103, 116-117.

[11] *Ibidem*, pp. 144-145.

[12] *Ibidem*, pp. 78-79.

[13] M., Bulia; D., Tumanishvili, *Laura Udabno Cit*., p. 95.

[14] *dodekaorton* (limba gr.), ciclul liturgic al celor douăsprezece Praznice. J. D., Alchermes, *„Glossary"*, în H. C., Evans; W. D., Wixom, *The Glory of Byzantium, The Metropolitan Museum of Art*, New York, 2006, p. 560.

[15] M., Chatzidakis, *Hosios Loukas Cit*., p. 75.

[16] *„staurotheke, staurothekai"* (limba gr.) în J. D., Alchermes, p. 562.

Termenul desemnează o cutie pentru Cruce, propriu-zis un relicvariu pentru păstrarea unor fragmente din Crucea veritabilă a Răstignirii Mântuitorului Iisus Hristos.

[17] S., Amiranaschwili, *Kunstschäze Cit*., pp. 90-91, p. 102.

termen în limba germană, în trad. pers. „Cruce ce precede Altarul", *„Cruce Pre-Altar"*

[18] Autorul observă persistența acestui obicei privind amplasarea unor astfel de Cruci și în Occidentul creștin până în preajma secolului al XVI-lea, când s-a abandonat tradiția.

[19] Pentru *„anthemion"* Cf. J. D., Alchermes, *Op. cit*., p. 560.

*** Întregul aparat critic este disponibil integral în lucrarea de doctorat a autorului Filip Adrian Petcu, publicată într-un prim volum la Editura Eurostampa, Timișoara, 2014 sub titlul *Paradigma icoanei-relicvariu. Structură tipologică în arta eclezială georgiană*.

BIBLIOGRAFIE

1. Alpago-Novello, Adriano; Beridze, Vakhtang; Lafontaine-Dosogne, Jacqueline; Hybsch Enzo; Ieni, Giulio; Kauchtschischwili, Nina, *Art and Architecture in Medieval Georgia*, Institut Supérieur D'Archéologie Et D'Histoire De L'Art, Collége Erasme, Louvain-la-Neuve, 1980/

2. Bulia, Marine; Tumanishvili, Dimitri, Laura Udabno, G. Chubinashvili, *National Research Center for Georgian Art History and Heritage Preservation*, Tbilisi, 2008/

3. Bulia, Marine; Tumanishvili, Dimitri, Natlismcemeli Bertubani, *G. Chubinashvili National Research Center for Georgian Art History and Heritage Preservation*, Tbilisi, 2010./

4. Didebulidze, Mariam, *„Monuments of the Medieval Georgian WallPainting in the North-East Turkey (History and Present State)"*, în 21st International Congress of Byzantine Studies, Communication VIII.7 Eastern Anatolia, London, 2006/

5. Khoshtaria, D., *Jvari Church of the Holy Cross at Mtskheta, G. Chubinashvili National Research Centre for Georgian Art History and Monuments Protection*, Tbilisi, 2008/

6. Dümler, Bärbel, *„Zeichen Allumfassenden Heils. Vielschichtigkeit des Programms Armenischer Kreuzsteine"*, în Orientalia Lovaniensia Analecta 187, Bibel, Byzanz und Christlicher Orient,Uitgeverij Peeters en Departement Oosterse Studies Leuven, Paris, Walpole, MA, 2011/

Raluca **SITA**

Natura omului in relaţie cu mediul unui mijloc de transport feroviar

Una dintre cele mai curioase caracteristici ale lumii moderne este maniera in care designul a fost transformat in ceva comun și inconsecvent [1], însă designul lumii moderne nu a prins contur într-o singură zi. Interesul omului de a-și explora și valorifica mediul înconjurător în beneficiul său stă la baza evoluției umane și totodată reprezintă chintesența in toate aspectele designului. Omul a creat pentru a evolua, pentru a răspunde la o necesitate și astăzi existența sa este determinată de ceea ce a produs pe parcursul dezvoltării societății umane. Evoluția sa a fost instabilă, având numeroase momente de ascensiune dar și de declin - cum a fost perioada Renașterii o resuscitare după Evul Mediu sau Revoluția Industrială încetinită din creștere din cauza celor două Războaie mondiale - iar toate aceste oscilații sunt amprente bine întipărite in obiectele care au fost create, o istorie largă a naturii omului care dezvăluie aspecte definitorii a cât de schimbător poate fi caracterul său.

Continua căutare de a îmbunătăți situația prin care se află explică felul cum astăzi avem o varietate impresionantă de obiecte in folosința noastră, cum se face ca ușa unuia să nu fie la fel cu cea a vecinului său, cum spațiul unde trăiește o familie să conțină aspecte individuale fiecărui membru implicat, sau cum fiecare cultură are obiecte artizanale specifice zonei. Spre exemplu, intr-un cămin al unei familii compuse din două persoane adulte și un copil de 2 ani vor fi mai multe obiecte de aceeași natură dar cu proprietăți individuale – două scaune de bucătărie normale și un scaun înălțat prevăzut cu îmbunătățiri pentru vârsta copilului, capac de vas de toaletă de dimensiuni standard și capac cu reducție

pentru copii care se atașează celui de dimensiuni normale, tacâmuri comune și tacâmuri care au toate părțile rotunjite, nu sunt prevăzute cu tăiș și nu rănesc. Aceste calități ale obiectelor sunt stabilite in mare parte in procesul de design, unde se identifică problema sau cerința, se observă exact care sunt fundamentele și caracteristicile care vor fi înglobate în produs, se stabilește utilizatorul și se formează un set de cerințe, se atribuie îmbunătățirile și se realizează produsul. Datorită diversității de care dispune natura umană, ținând cont de aspectele fizice, intelectuale, sociale, medicale etc. produsele pot fi infinite, în permanență fiind cerere de un produs nou, după cum și istoria ne-a demonstrat acest fapt.

Să ne îndreptăm totuși atenția către aspectul ce face parte din prezența umană primordială, adăpostul. Din preistorie avem dovezi cum omul și-a însemnat existența in peșteri prin acele desene rupestre, desene care ne fac să ne întrebăm dacă au fost doar o metodă de comunicare sau printre altele au fost și o dorință de a-și însuși acel spațiu, o formă de început a tablourilor din secolul al XV-lea, care împodobeau sălile palatelor sau ale siluetelor grafice aplicate in zilele noastre pe pereții interiori ai unei clădiri. Cert este că ființa umană a dorit dezvoltarea ambientului său in relație cu persoana sa, ambientul să devină o imagine a personalității sale și prin definiție, iar obiectele ce construiesc spațiul să prezinte însușirile sale. Dar ce se întâmplă când relația cu ambientul, spațiul de care dispune omul, este mai scurtă, trecătoare?

Natura umană poate fi imprevizibilă uneori, fiecare individ reacţionează dife-

Siluete grafice aplicate în scop decorativ și simbolic – Design: **Alina Rizescu** și **Alex Samoilă**, Atelier *Pinion* (sursa: www.designist.ro)



rit datorită factorilor de dezvoltare exogeni - mediul , educaţia - şi indogeni – ereditatea. În calitate de utilizator al mijloacelor de transport, individul este numit călător.

Călătorul își ocupă locul in spaţiu înainte de plecare, moment în care are loc prima legătură cu mediul unui mijloc de transport. Acum se stabilesc cele mai esențiale și totodată superficiale impresii ale unei călătorii fiindcă drumul poate dura câteva zeci de minute sau mai multe ore, interval de timp în care ei au de-a face cu spaţiul limitat, obligaţia de a ocupa un spaţiu comun care trebuie aproape întotdeauna împărţit cu un anumit număr de persoane, constrângerea la lipsa de activitate, toate aceste pot constitui factori de stres sau de frustrare, care pot să facă o călătorie obositoare, chiar dacă respectivii călători nu depun niciun efort şi nu conştientizează aceşti factori. Dacă se mai adaugă alţi factori nedoriţi ca disconfortul fizic, aglomeraţia, întârzierile, putem înţelege de ce o călătorie poate fi chiar epuizantă.

Pentru un designer aceste frustrări reprezintă punctele de nesiguranță, probleme care au nevoie de o rezolvare cât mai corectă, reală și sustenabilă. Conform psihologului umanist american Abraham Maslow, aceste frustrări enumerate mai sus fac parte din nevoile de bază a ființelor umane, nevoi, care dacă nu sunt satisfăcute, individul nu va putea să-și îndeplinească nivelele superioare până la autorealizare [2]. Nevoile fizice și cele de siguranță sunt cele mai explorate din punctul de vedere a produselor oferite pe piață, fiind elemente cheie in principiul contextului de design. Designul, prin urmare, este responsabil in cea mai mare parte de experiența unui călător și de succesul unei călătorii. În timpul călătoriei psihicul uman se află într-o stare de încordare latentă care poate evolua în funcţie de situaţie în alte stări contradictorii ca apatie, plictiseală, somnolenţă, nervozitate, agitaţie, manifestări violente, sau chiar în panică.

Deci dacă ar fi să vorbim de fabricanții din domeniul transporturilor feroviare, designerii de vagoane de călători au de-a face cu probleme legate de natura umană, care sunt necesare să fie luate în considerare, deoarece orice maşinărie este destinată, în final omului şi trebuie adaptată în consecință.

In zilele noastre, designul transporturilor feroviare a evoluat în așa măsură, încât nu se mai face o distincție estetică și compartimentală a vagoanelor față de locomotivă, ca urmare a cerințelor de ordin aerodinamic, tehnologic și estetic. Într-un fel sau altul, au fost preluate principii de design eficient, prezent in construcţia transporturilor aeriene. Noile propuneri de transporturi feroviare din zilele noastre pot fi considerate modele tehnologice performante, cu design și ergonomie care totalizează nişte rezolvări actuale ale problemelor de călătorie din perspectiva factorului uman. Astfel, caroseriile din aluminiu nu numai că înseamnă un tonaj mai redus şi un efort mai scăzut de propulsie, dar mai înseamnă şi o reducere a şocurilor, inerţiei şi a vibraţiilor. Admirând eleganţa caroseriilor din aluminiu cu pereţii laterali curbaţi, trebuie menţionat că, de fapt, curbura pereţilor oferă un spaţiu mărit exact în zona locurilor de şezut, unde este mai mare nevoie. Izolarea fonică, aerul condiţionat,

designul banchetelor sunt rezolvări care îmbunătăţesc substanţial condiţiile de călătorie.

Când vorbim de mediul interior al unui caroserii precum trenul, apar constrângeri foarte mari in legătură cu întinderea obiectelor din interior, raportul dimensiunilor trebuie foarte bine calculat deoarece e necesar să răspundă unui anumit gabarit impus al infrastructurii. Acest aspect se datorează faptului că transportul feroviar se află pe lista celor mai vechi modalități de transport în comun și unul dintre cele mai răspândite, inclusiv in zone mai puțin accesibile cu avionul, automobilul sau transportul maritim. Astfel, în 1885 a fost stabilit ecartamentul oficial și, din acel moment, deși trenurile au progresat, au fost construite să răspundă acelei distanțe.

O importanță mare reprezintă și faptul că designul trebuie să abordeze problema interioarelor ca fiind un cadru pentru activități umane, afectând tiparul de folosință, comportamentul și așteptările de la spațiu În funcție de aria adresată. Aici înțelegem că este vorba de design adresat unei mase de indivizi, a aduce extrem de multe obiceiuri, preferințe stilistice, cerințe de confort la un numitor comun. Dintr-un spectru larg de tipologii umane, numirea caracteristicilor importante și crearea unui design care să mulțumească pe cât posibil multitudinea problemelor abordate face ca designul să fie un mediator între om și obiect.

Introducerea mijloacelor de divertisment compensează lipsa de activitate. Orice interacțiune cu un anumit tip de material poate atrage o activitate mentală prin atingere senzorială. Ce mai poate pune in mişcare o activitate cerebrală este şi crearea unui punct vizual interactiv. Acest punct vizual poate fi creat prin mai multe posibilități: prin formă și structură, linii de suprafețe care împing vederea spre un anumit cadru. În cazul unui vagon poate fi ușa de legătură între vagoane, sau ferestrele laterale care oferă vizibilitatea unui peisaj; altă posibilitate ar fi organizarea unui joc de lumini care accentuează anumite informații necesare unei călătorii, dar în același timp oferă un interes de analiză, sau pur și

Sita Raluca, *Vagon Business Class*



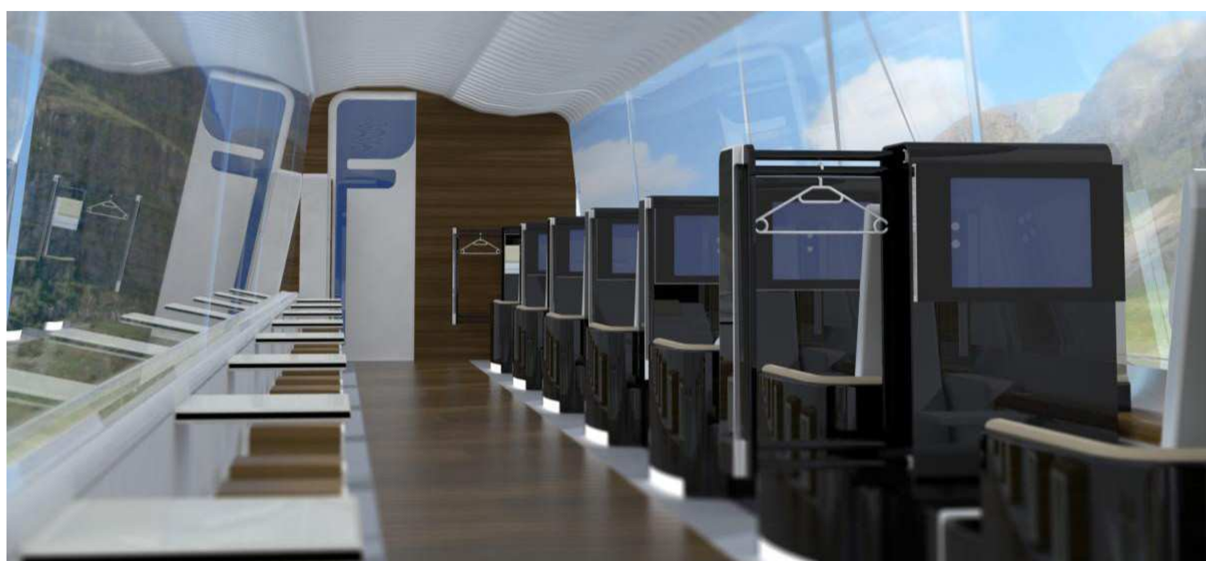
simplu decorativ prin simplul fapt că lumina este un element de atracție primar în natura omului.

Desigur, soluțiile de atenuare a plictiselii sunt mult mai multe decât se pot defini aici, însă de aceea într-un concept de design există de obicei și etapa in care este adus produsul in fața publicului pentru a vedea feedback-ul, a fi notat și revizuite elementele care nu îndeplinesc scopul dorit sau uneori chiar adăugate elemente.

In ceea ce privește designul unui mijloc de transport feroviar, aceste detalii privind buna funcționare a relației dintre om și mediu sunt aduse la un nivel de minimă importanță datorită complexității sale. Oricărui design industrial bine realizat, care are de îndeplinit o serie foarte mare de necesități, îi este uneori ignorată amploarea sa datorită faptului că utilizatorului îi este foarte ușoară comunicarea directă cu produsele folosite, nefiind forțat să își pună probleme privind funcțiile prevăzute, accesarea lor sau modul de întrebuințare tocmai fiindcă acestea au fost gândite in procesul de design. Prin urmare designul unui mijloc de transport feroviar ar putea fi încadrat în designul la care se referă John Heskett în afirmația sa prezentată la început, dar niciodată designul nu va fi ignorat total fiindcă el reprezintă suprafața pe care se clădește viitorul.

În ceea ce privește designul transporturilor feroviare, marea provocare rămâne tot viteza care poate scurta timpul călătoriei, fiind condiții la care se poate măsura și evoluția designului. Dacă în anii 1930 viteza de 300 km/h era un record, inclusiv designul din acea perioadă era inovativ, astăzi este un lucru obişnuit. Recordurile actuale, de 500-600 km/h obţinute de modelul experimental cu levitaţie magnetică „*Transrapid*", ne fac foarte optimişti în privința designului viitorului.

Sita Raluca, *Vagon Business Class*



NOTE:

[1] John Heskett, *Design:A Very Short Introduction*, (traducere Sita Raluca), Oxford University Press inc.,United States, New York,2005, p. 1
[2] Aurelian Burcu, *Piramida trebuințelor umane fundamentale*, editura Fundației Mercur, 2003, p. 5-6

BIBLIOGRAFIE:

1. BURCU, Aurelian, *Piramida trebuințelor umane fundamentale*, editura Fundației Mercur, 2003
2. HESKETT, John, *Design:A Very Short Introduction*, Oxford University Press inc.,United States, New York,2005

Eniko **SZUCS**

Design - creativitate - stil de viață

Design si stil de viață

În orice domeniu am lucra, locul de muncă ne marchează viaţa atât din punctul de vedere psihic cât şi fizic. De obicei, se formează sau nu o rutină în funcţie de programul de lucru. Majoritatea persoanelor care deţin loc de muncă petrec între 8-10 ore pe zi muncind pentru un venit lunar, dar acest program de lucru la un designer angajat sau freelancer poate oscila între doar 2-3 ore pe zi şi 12-20 ore pe zi în funcţie de termenul de predare a proiectelor. Acest ritm, odată foarte epuizant şi altădată chiar relaxant, apare mai mult la cei care au legătură directă cu clienţii, fără alţi intermediari, la cei care lucrează pe cont propriu. Pentru a păstra o imagine bună, designerul este uneori constrâns să lucreze într-un ritm alert, cel puţin până devine cunoscut şi căutat pentru talentul şi creativitatea sa.

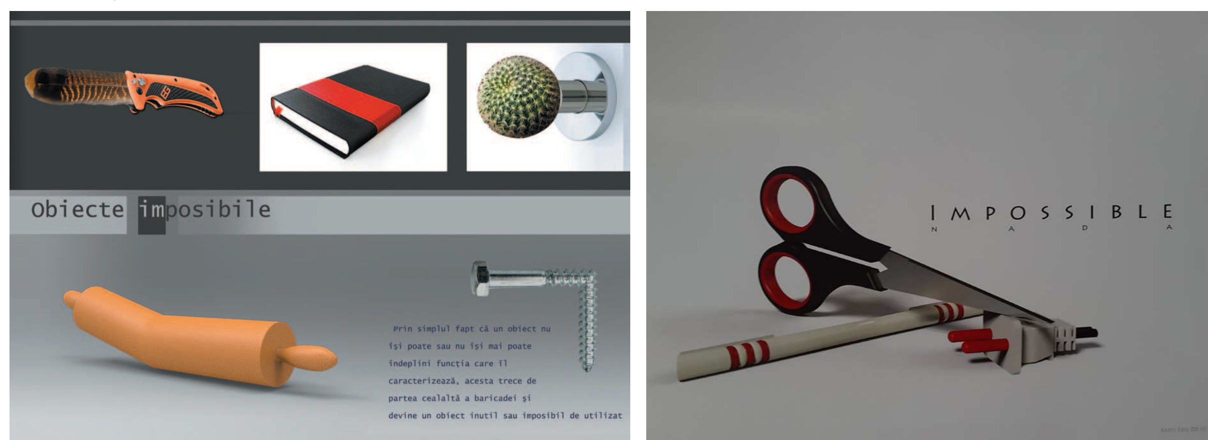
Fiind cadru didactic în domeniul designului, am o experienţă diferită, adică nu am un program de lucru atât de oscilant, dar am ţinut și țin legătura cu mulţi studenţi sau cu absolvenţi care lucrează ca designeri angajaţi sau freelanceri. Cei care nu au intermediari şi lucrează direct cu clienţii spun că au o viaţă mai relaxantă, chiar dacă responsabilitatea e mai mare şi trebuie să trăiască, într-un fel, cu nesiguranţa zilei de mâine, fiind nevoiţi să fie flexibili şi să se adapteze aproape permanent diferitelor cerinţe şi aşteptări din partea clienţilor. În partea opusă stau designerii angajaţi, care, majoritatea, se plâng de lipsa timpului liber. Angajatorii de obicei caută continuu clienţi ca să nu apară goluri în buget şi în acest fel şi designerii angajaţi au de lucru constant. Chiar dacă au program de lucru fix, uneori sunt

nevoiţi să lucreze peste acest program, ajungând astfel să nu mai aibă nici măcar timp pentru a-şi cheltui salariul care la momentul angajării părea foarte tentant.

Se zice că un designer nu are voie să se odihnească intelectual, dar uneori nici nu reuşeşte, deoarece esteîntr-o perpetuă căutare de idei inovatoare. E foarte greu de găsit un mod, o metodă care să ajute designerul să se deconecteze câteva ore pe zi de gândurile, de ideile care ţin creierul activ până şi în inconştient. Neurochirurgul Bogdan Iliescu într-un interviu oferit pentru ziarul online „Weekend Adevărul" [1] susţine că „statul degeaba" al creierului, adică inactivitatea este „catastrofal". Medicul vorbeşte despre importanţa formelor de activitate – atât mentală cât şi fizică – pentru a nu lăsa creierul să se topească. Paradoxul creierului: slăbeşte în timp ce stă. *„Dar e foarte adevărat, creierul este un organ care poate fi comparat cu muşchiul, în sensul că, dacă îl exersezi cât mai mult, este mai în formă şi rezistă mai bine la stresul vieţii. De aceea, probabil cel mai bun sfat pe care poţi să-l dai cuiva este să-şi folosească în permanenţă creierul. Tendinţa, evident naturală, a oricărui organism viu este starea de repaus, ,statul degeaba, dar care pentru creier este catastrofal. Cu cât stă mai mult, cu atât slăbeşte mai mult.Totuşi, este important pentru creier să dormi cât trebuie şi să fie un somn bun, un somn sănătos."* [2] Activităţile fizice ar trebui să fie obligatorii, mai ales în rândul persoanelor angajate la locuri de muncă statice, unde nu sunt solicitaţi din punct de vedere fizic, cum sunt şi designerii, care stau în faţa monitorului aproape toată ziua. După cum precizează şi medicul B. Iliescu, activităţile fizice sunt benefice atât din punct de vedere fizic, cât şi intelectual, deoarece prin mişcări creierul este oxigenat mai bine şi în acest fel procesează şi lucrează mult mai uşor, "*Creierul consumă o cantitate enormă de oxigen. Îmbunătăţirea oxigenării şi a circulaţiei - efecte clare ale activităţilor sportive - aduc un mare beneficiu creierului. În altă ordine de idei, se creează o cascadă biochimică: substanţele care se produc în timpul sportului care, de asemenea, sunt extrem de utile creierului şi explică senzaţia de relaxare intelectuală, în special, la puţin timp după încheierea unui efort fizic intens."* [3]

Medicul numeşte *Brainfitnessul* ca metodă de îmbunătăţire activităţii creierului, prin încercarea de a rezolva probleme care îl solicită din punct de vedere intelectual.

Dunavăţu Manuel şi **Kerti Eric**, studenţi în anul III, specializarea Design, FAD din Timişoara, 2015



“Ca orice fitness, şi brainfitness implică multe activități care mențin sănătatea creierului, pe de o parte, şi care îi îmbunătățesc funcţiile, pe de altă parte. Presupune exerciții, de orice natură, de o dificultate peste medie, care îl solicită” [4]. Asta ar trebui să înţeleagă copiii, elevii, studenţii şi părinţii deopotrivă, și anume că temele primite la şcoli şi facultăţi sunt necesare în dezvoltarea lor. Ocolirea şcolii poate duce la blocaj mintal, în cazul în care tânărul nu are curiozitate, iniţiativă şi ambiţie să fie autodidact. În sistemul de învăţământ din ţara noastră există materii care pot fii perfecţionate să fie mai atractive pentru tineri, dar problema apare deja în familiile unde nu există un program sănătos de viaţă, unde nu se practică activități fizice şi mai ales nu există cărţi, ci doar câte un monitor (televizor, calculator sau laptop) în fiecare încăpere a apartamentului. Din experienţa mea de cadru didactic, pot spune că studenţii care excelau şi în alte domenii decât designul erau foarte receptivi la tot ceea ce le era nou,



Balog Istvan şi **Gemescu Ana**, studenţi în anul I, specializarea Design, FAD din Timişoara, 2013

şi chiar dacă la început nu se dovedeau a fi creativi, până la finalul anilor facultăţii recuperau vizibil. În schimb, la cei care la început păreau creativi dar nu erau interesaţi de informaţii noi, de teorii, de cărţi, nu s-a văzut aproape nicio schimbare în dezvoltarea lor creativă.

Consider important şi totodată interesant de amintit ceea ce doctorul B.Iliescu a denumit *top 5 curiozități despre creier* [5]. Cred că de multe ori nu suntem conştienţi de existenţa organului miraculos care ne dă personalitate, şi care ne dă posibilitatea să ne dezvoltăm şi să învăţăm, e bine ca din când în când să ne amintim şi să avem grijă de creierul nostru şi de noi, implicit :

1. *Numărul de operații pe care le procesează creierul într-o secundă: 10 milioane de miliarde.*

2. *Pentru a putea menține această putere de calcul fenomenală, creierul consumă 20% din oxigenul pe care îl preia organismul, deşi reprezintă mai puțin de 2% din greutatea unui organism adult, şi generează o putere echivalentă a 25 de w .*



Nicorici Gabriel, student în anul I, specializarea Design, FAD din Timişoara, 2013

3. *Lungimea totală a prelungirilor nervoase din creier depăşeşte 160.000 de kilometri.*
4. *La începutul formării sale, se produc aproximativ 250.000 de neuroni pe minut.*
5. *Creierul matur are 100 de miliarde de neuroni, fiecare ajungând să aibă până la 10.000 de conexiuni cu alți neuroni din creier. De aici puterea sa imensă de calcul.*

Metode de dezvoltare a creativității

Atuul cel mai important al unui designer este creativitatea, care are nevoie de îngrijire şi hrănire constantă, aceasta trebuind să fie lăsată să respire, să fie accesibilă oricând este nevoie de ea. Pentru dezvoltarea creativităţii există tot feluri de metode care ajută creatorul în realizarea celor mai bune soluţii, exerciţii de gândire creativă, diferite activităţi specifice pentru echipe creative şi inspiraţii în design.

Fiindcă orice proiect de design presupune mai multe soluţii, găsirea variantei optime necesită, în primul rând, creativitatea designerului, experienţă în domeniu (design grafic, produs-industrial sau design de interior) şi alte cunoştinţe multidisciplinare. După părerea lui Arsene Rădoi, metodologia găsirii variantelor optime a fost împărţită în 6 etape [6], aşa cum urmează:

1.- *strategii prestabilite*
2.- *controlul strategiei*



Bochiş Marius, studenţi în anul I, specializarea Design, FAD din Timişoara, 2013

3.- *metode de explorare a situaţiilor de design*

4.- *metode pentru căutarea ideilor*

5.- *metode pentru cercetarea structurii problemelor*

6.- *metode de evaluare*

Dar cum în articolul de faţă vorbim îndeosebi despre creativitate şi dezvolta-rea acestuia, ne vom concentra mai mult la punctul 4, şi conţinutul acestuia, adică spre metode pentru căutarea ideilor, bineînţeles fără a face abstracţie de celelalte etape, deoarece, după cum vedem nu e destulă doar creativitatea pentru finalizarea unui proiect. Deşi există cerinţe din partea clienţilor şi în această direcţie (adică uneori se caută doar persoane creative), în cazul în care aproape fiecare etapă a proiectului este realizat de persoane diferite. În ideea ca nu putem fi excelent de buni în toate, se angajează persoane specializate, o echipă de designeri (fiecare având sarcini diferite), proiectanţi şi ingineri, care trebuie să lucreze împreună.

Designerii, la rândul lor, pot fi mai mulţi într-o echipă pentru eficientizarea lucrului, există persoană care doar generează multe forme noi (schiţe de idei), care ulterior sunt analizate şi selectate de un grup, apoi sunt preluate de un alt designer care realizează finisarea, detaliile şi eventual modelarea într-un program 3D, pentru randarea finală. Punerea obiectului final într-o ambianţă cât mai realistă este rezolvată de o altă persoană. În cazul

în care există cereri pentru machete de studiu sau machete finale finisate , atunci această sarcină se poate la rândul ei executa de o persoană care s-a specializat în acest domeniu. Adică există cerinţe pe segmente de design bine definite, se caută persoane creative peste tot în lume, care realizează doar schiţe de idei (cât mai multe la număr), şi aceste lucrări, idei sunt preluate de studiouri de design, de echipe formate din persoane competente pentru a optimiza şi definitiva ideile preluate, realizând diverse studii de ergonomie, măsurători, proiectare, randare şi machete, prototipuri etc.

Consider important de amintit ceea ce Arsene Rădoi a denumit comutarea strategiei, o metodă care defapt presupune mai multă flexibilitate din partea designerului *„Scopul metodei este să se evite atât efectul inhibitor al unei strategii prea rigide, precum şi ineficacitatea în proiectare a unui sistem de gândire mult prea flexibil. Adică un sistem eficient în proiectare trebuie să permită să aibă loc atât gândirea planificată, cât şi cea neplanificată, fluxul de idei.”* [7]

Printre metodele căutării de idei este amintită şi metoda Brainstorming, adică fluxul de idei. Această metodă urmăreşte regula *„că nici o idee nu este criticat şi de clarificat, că ideile ieşite din comun sunt binevenite, că este dorită cantitatea şi că participanţii trebuie să combine sau să dezvolte ideile oferite de către alţii.”* [8] Această metodă mai este numită şi furtuna de idei, de obicei ajută la realizarea unor concepte creative şi inovatoare, ca să fie eficient inhibiţiile şi criticile vor fi puse de-o parte. O sesiune de brainstorming oferă ocazia fiecărui participant să-şi prezinte ideile de orice fel, să-şi spună părerea fără frica de a fi judecat, criticat sau comentat de colegi sau de conducătorul de proiect. Pentru susţinerea şi formarea creativităţii se vor studia cazuri sau situaţii concrete, se va urmări revizuirea ipotezelor, se va acorda timp şi pentru dezordinea experimentală, se vor clasifica toate informaţiile impuse de proiect şi nu în ultimul rând se va studia activitatea artistică a personalităţilor în domeniu.

Prin şcoli se mai foloseşte metoda cubului, ca metodă de a dezvolta creativitatea, atenţia şi socializarea-comunicarea între participanţi. Pe fiecare faţă a cubului este scris un cuvânt : descrie, compară, analizează, asociază, aplică şi argumentează. Aceste etape ale unui proiect se pot realiza şi de un singur participant, dar într-o echipă de 6 participanţi, unde există 6 idei cel puţin, 6 păreri şi punct de vedere diferite, acolo tema propusă se va rezolva într-un mod optim. Aceste sarcini scrise pe cub se pot distribui în mod ludic (joaca cu zarurile) , cubul se va rostogoli si cuvântul care apare pe partea superioară a cubului, va fi ales de cel care a aruncat cubul, şi aşa mai departe fiecare participant va primi câte o sarcină de rezolvat, iar în final rezultatele vor fi trecute pe o tablă, sau pe o planşă mare spre vizualizare şi analiză în echipă.

Mai există o metodă, care implică mintea şi forţează persoana creatoare să analizeze obişnuitul în contrast cu ineditul, ciudatul, aceasta metodă dezvoltă capacitatea minţii de a se juca, încurajează fantezia, foloseşte două operaţii: să faci un lucru ciudat să-ţi pară familiar, după care să faci ca obişnuitul să pară ciudat. O temă asemănătoare primesc

studenţii de la specializarea de design denumit „Obiect imposibil", inspirată din arta ilustratorului şi designerului francez Jacques Carelman [9], care urmăreşte deconstrucţia produselor funcţionale, găsirea punctelor forte, şi ulterior distrugerea acestora în mod ironic sau chiar ludic, prezentând la final un obiect aparent funcţional care oferă o surpriză ascunsă privitorului.

Studenţii de la secţiile, specializările de design primesc diverse exerciţii pentru dezvoltarea creativităţii, începând de la documentare, care este baza procesului de design până la realizarea mai multor variante de forme inspirate din diverse domenii, cum ar fi ingineria, arhitectura şi nu în ultimul rând natura, care în domeniul artelor şi nu numai este o sursă de inspiraţie aproape infinită. Toate formele naturii au structuri perfecte, aici regăsim proporţii şi măsuri ritmice sau aritmice, secţiunea sau proporţia de aur, seria lui Fibonacci, şi multe alte împărţiri echilibrate din punct de vedere funcţional şi compoziţional.

În ultimii 100 de ani, şi mai ales după al II-lea război mondial, cercetătorii au început să caute rezolvări şi în ştiinţele biologiei, ceea ce a adus schimbări enorme pentru tehnologia din zilele noastre. Cercetătorii au găsit o asemănare între modul de funcţionare a sistemului nervos şi calculatorul. Sunt studiate nenumerate tipuri de animale, modul lor de viaţă, caracteristicile principale, abilităţile lor, de unde se nasc noi şi noi idei pentru o tehnologie mai bună. Natura poate fi analizată din punct de vedere a structurii, formei, compoziţiei şi proporţiei, deoarece aceste caracteristici susţin întotdeauna funcţia, analizând o formă biologică din exterior spre interior, de la ansamblu până la cele mai mici detalii microscopice şi urmărind toate informaţiile legate de existenţa ei se pot genera idei şi rezolvări noi atât în tehnologie, arhitectură cât şi în designul industrial şi produs.

Un nivel de creativitate primim din naştere, după care îl mai dezvoltăm sau nu în perioada copilăriei fără să fim conştienţi de acest lucru, le dobândim în timpul jocurilor cu părinţii, exerciţiilor şi informaţiilor primite de-a lungul anilor în şcoli, facultăţi, citind o carte, căutând să îmbunătăţim modul de gândire, cu ajutorul anturajului, cu un mod de viaţă sănătos, etc. Consider că în învăţământ, o condiţie de bază a succesului şcolar o reprezintă creativitatea, în orice domeniu sau specializare dacă metodele de predare ar fi gândite să dezvolte creativitatea, automat s-ar îmbunătăţi şi capacitatea de focusare, atenţie şi de observare a studentului sau al elevului. Creativitatea se recunoaşte prin flexibilitate, originalitate, fluenţă, sensibilitatea senzorială şi ingeniozitate, o persoană creativă nu doar rezolvă probleme, ci descoperă noi probleme.

NOTE

[1]http://adevarul.ro/locale/iasi/neurochirurgul-bogdan-iliescu-despre-misterele-creierului-frica-sine-sentiment-foarte-bun-statul-degeaba-catastrofal-creier-1_551f89af448e03c0fd33dd3a/index.html

[2] *Ibidem*

[3] *Ibidem*
[4] *Ibidem*
[5] *Ibidem*
[6] Arsene Radoi, *Mileniul Designului*, Ed.Mirton, Timişoara, 1996, pag.154
[7] *Op.cit.,* pag.165
[8] *Op.cit.*, pag. 173
[9] http://impossibleobjects.com/jacques-carelman

BIBLIOGRAFIE:

1. John Chris Johns, *Design methods, second edition*, John Wiley&Sons.Inc., Canada, 1992
2. Arsene Radoi, *Mileniul Designului*, Ed.Mirton, Timişoara, 1996
3. Gavin Ambrose and Paul Harris, *The fundamentals of creative design*, Ed. Ava, 2003
4. www.adevărul.ro
5. http://impossibleobjects.com/jacques-carelman

Silvia **TRION**

Iconografia vechitestamentară în arta paleocreștină

Picturile de pe pereții catacombelor sunt privite ca începutul artei creștine, primele dintre acestea fiind datate, într-o opinie minoritară, încă din secolul întâi, perioadă în care au fost scrise evanghelile și-n care trăia o generație care venise în contact direct cu apostolii, însă opinia majoritară le situează la sfârșitul secolului al II-lea.

Monumentele cimitiriale s-au numit la început *coemetria* sau *dormitoria*, mai târziu, în secolul al II lea, preluând termenul de catacombe, după un cimitir subteran din Roma, *San Sebastiano ad Catacumbas*, însemnând în fundul adânciturii.

Arta catacombelor este o artă cu un conținut religios, ale cărei reprezentări înfățișează scene din Vechiul și Noul Testament, fiind un mijloc folosit de către biserică pentru misiunea de răspândire a învățăturii lui Hristos din primele trei secole.

Deși artiștii creștini combat valorile pe care se întemeiază arta clasică mai veche sau cea contemporană cu cea creștină, Max Dvořák consideră că „elementul cel mai important al picturii catacombelor, din punct de vedere artistic şi în ce priveşte şi conţinutul, principiul inovator prin care invenţiile şi mijloacele de expresie compoziţionale şi formale se deosebesc în pictura catacombelor de cele clasice, reprezintă nu neputinţă sau declin, ci întruchiparea unor noi idei şi tendinţe artistice." [1]

Pictura catacombelor reprezintă curentul artistic cel mai ridicat, mai avansat şi mai consecvent al secolului al III-lea, constituind un moment decisiv, de cotitură, în istoria artei.

Obiceiul de a împodobi mormintele din catacombe, prezent la toate popoarele, a fost preluat și de către creștinii care au acordat o prețuire deosebită picturii de pe monumentele funerare, ce se axează pe ideea de înviere și a vieții de după moarte.

Frescele se desfășurau pe fața pereților din catacombe și pe bolți și arcosolii. Datorită spațiului mai mare, compozițiile din cubiculi și din cripte au o înfățișare mai măreață. Tehnica acestor picturi este *„a fresco”*, ca și în operele romane. Subiectele se tot repetă, scenele fiind pictate în aceeași manieră, lucru care duce la o uniformitate de motive și tipuri. [2]

Iconografia vechitestamentară este reliefată prin reproducerea următoarelor scene: *Eliberarea lui Iona din pântecele chitului, Salvarea celor trei tineri din cuptorul de foc, Noe salvat din apele potopului, Daniel din groapa leilor, Jertfa lui Avraam, Ilie urcându-se la cer, scenele din viața lui Moise*. Toate acestea sunt semne miraculoase ale „salvării”, ca anticipare a mântuirii aduse de Hristos Mântuitorul. Par surprinzătoare aceste apariții ale scenelor din Vechiul Testament pentru că creștinii proveniți din rândurile păgânilor aveau o rezervă în recunoașterea bibliei ebraice.

Arheologul francez Edmond Le Blant a găsit originea frescelor din catacombe în liturghia funerară a Bisericii, și anume în rugăciunile cunoscute sub numele de *Ordo commendationis animae*, ce se citesc de preot în ceasul morții. În lucrarea lui Novatian *„De Trinitate”* găsim pomenite numele multor drepți din Vechiul Testament. „Primește Doamne, se spune în *Ordo commendationis animae*, sufletul șerbului tău în locul mântuirii, pe care el trebuie să o aștepte de la mila Ta. Eliberează, Doamne, sufletul șerbului tău, cum ai eliberat pe Enoch și pe Ilie de la moartea obștească a acestei lumi, cum ai eliberat pe Noe de potop, cum ai eliberat pe Iov din durerile sale, cum ai eliberat pe Isaac de jertfă și din mâinile tatălui său Avraam, cum ai eliberat pe Moise din mâinile faraonului, regele Egipetului, cum ai eliberat pe Daniil din groapa cu lei, cum ai eliberat pe cei trei coconi din cuptorul de foc și din mâinile unui rege crunt, cum ai eliberat pe Susana de-o vină închipuită, cum ai eliberat pe David din mâna lui Saul și din mâna lui Goliat, cum ai eliberat pe Petru și pe Pavel din cătușele lor și precum ai eliberat pe fericita Tecla, fecioara și martira Ta, de chinurile ei, tot așa îndură-te să eliberezi sufletul șerbului Tău și fă-l să se bucure de tine în fericirea cerească.” [3]

Orientarea stilistică a imaginilor analizate pornește de la o concepție ostilă realităților pământene. Figurile sunt abia schițate, dar mișcarea și volumele sunt indicate prin câteva pete de umbră și lumină distribuite consecvent. Această nouă orientare lasă la o parte valorile naturaliste, atenția fiind îndreptată spre „abstractul etern”, spre „idee”. Acest gen de reprezentare, despuiat de iluzia realității nu e o descoperire a artiștilor creștini. „Legăturile reale dintre corpuri și lucruri sunt înlocuite cu raporturi pur simbolice.” [4] Pentru a ajunge la maximum de spiritualizare se înăbușă tot ceea ce este pământesc. Spre deosebire de operele clasicismului târziu, unde elementul dominant este trupul, în aceste imagini creștine, spiritul prevalează asupra corpului. Spiritualismul creștin își găsește, în sfârșit, forme adecvate de

expresie, în care se dizolvă încetul cu încetul ultimele supravieţuiri ale senzualismului antic.

Personajele sunt exprimate printr-o schemă liniară. Figurile au fost trasate cu tușe ușoare, ceea ce le dă aspectul unor schițe, în care expresia predomină asupra preciziei anatomice.[5] Tușa liberă, viguroasă, și desenul blicurilor ne atestă faptul că avem de-a face cu niște profesioniști, datorită exactității și corectitudinii în aplicarea acestora exact pe locurile anatomice. Stilul figurilor este mai sculptural, caracterul decorației este determinat de personaje puternice.

„Ilustrarea e succintă, redusă la figurile strict necesare pentru a defini tema, și orice preocupare de a situa acțiunea într-o ambianță determinată, lipsește. E vorba deci de o tendință spre sinteză, spre simbolism, și-n această tendință putem recunoaște o primă manifestare a noului spirit abstract, deși în morfologia de amănunt, adică în felul cum sunt tratate figurile, în desen și modelare, tradiția realistă antică rămâne încă în vigoare." [6]

Fundalurile pe care sunt pictate personajele nu mai au funcţia unui plan material, ci a unui spațiu liber, fiind absentă descrierea unei anumite scenografii spațiale.

În ceea ce privește volumul formelor, nu e depășită o zonă spațială îngustă. Așa cum a demonstrat Dvořák, lipsește orice relief, orice efect volumetric. Plastica trupurilor este restrânsă la minimum. „Figurile se confundă cu un plan vi¬zual care este esenţialmente totuna cu fundalul şi care creează în conştiinţa privitorului iluzia unui spaţiu ce înconjură liber figurile." [7] Acestea sunt înconjurate de un spațiu nelimitat. Pictorul acestor imagini a renunțat la redarea efectelor de lumină și de atmosferă. Fundalul în relief este înlocuit printr-un spațiu ideal, Lazarev numindu-l „abstract".

Transformarea este atât la nivel morfologic, cât și la nivel de conținut. Relația fizică și psihică dintre figuri lipseşte, acestea fiind absente din lumea actelor de voință. Acțiunile care-i unesc pe oameni, au devenit secundare față de forța ordonatoare superioară.

Întâlnim aici acel concept al comunicării transcedentale, folosit ca temei al compoziției imaginii. Factorul pur spiritual și ideal câștigă însemnătate în reprezentările artistice. Învățătura sfinților părinți „sufletul este totul, corpul nimic", își găsește întruchiparea și în invențiile picturale ale artei catacombelor.

NOTE

[1] Max Dvořák, *Scrieri despre artă*, Editura Meridiane, Bucureşti, 1983, p.111.
[2] Alexandru Naum, *Istoria Artei - De la începutul creştinismului până în secolul al XIX-lea, Vechea artă creștină în Apus, Vechea artă creștină în Răsărit*, Ediție îngrijită de Rodica Pandele, introducere de Ruxandra Demetrescu, Editura Paideia, Bucureşti, 2000, p. 64-67, passim.
[3] Leclecq, *Manuel d´archéologie chrétienne, vol. I*, p. 111, apud Alexandru Naum, Istoria Artei - De la începutul creștinismului până în secolul al XIX-lea, Vechea artă creştină în Apus, Vechea artă creștină în Răsărit, Ediție îngrijită de Rodica Pandele, introducere de Ruxandra Demetrescu, București, Editura Paideia, 2000, p. 86
[4] V. N Lazarev, *op. cit.*, p. 88.

[5] Silvia Râncu Trion, *„Moise în fața rugului aprins în arta paleocreștină"*, Articol susținut în cadrul ediţie a II-a a Sesiunii de comunicări ştiinţifice a doctoranzilor din UVT, Universitatea de Vest din Timişoara, CSUD, 14-16 mai 2012.
[6] Virgil Vătăşianu, *Istoria artei europene, vol I, Epoca Medie*, Editura didactică și pedagogică, Bucureşti, 1968, p. 26.
[7] Max Dvořák, *op. cit.*, p. 93.

BIBLIOGRAFIE:

1. DVOŘÁK, Max, *Scrieri despre artă*, Editura Meridiane, Bucureşti, 1983.
2. NAUM, Alexandru, *Istoria Artei - De la începutul creștinismului până în secolul al XIX-lea, Vechea artă creștină în Apus, Vechea artă creștină în Răsărit*, Ediție îngrijită de Rodica Pandele, introducere de Ruxandra Demetrescu, Editura Paideia, Bucureşti, 2000.
3. TRION, Silvia Râncu, *„Moise în fața rugului aprins în arta paleocreștină"*, Articol susținut în cadrul ediţie a II-a a Sesiunii de comunicări ştiinţifice a doctoranzilor din UVT, Universitatea de Vest din Timişoara, CSUD, 14-16 mai 2012.
4. VĂTĂŞIANU, Virgil, *Istoria artei europene, vol I, Epoca Medie*, Editura didactică și pedagogică, Bucureşti, 1968.

Sergiu **ZEGREAN**

Arta conceptuală, izvor de creativitate şi mijloc de reprezentare

Într-o perioadă a inovaţiilor vizuale digitale, arta şi designul devin marca unui foarte complex proces creativ, care este de cele mai multe ori necunoscut şi inaccesibil privitorului. Simultan cu evoluţia modernă a artei digitale, a jocurilor video şi a producţiilor cinematografice, se conturează un proces aparte de creaţie, *arta conceptuală*. Aceasta se referă la un întreg sistem de creaţie imagistică din aria ecranizărilor cinematografice, a jocurilor video, a benzilor desenate sau a altor genuri artistice. De cele mai multe ori, este asociată cu ilustraţia, însă arta conceptuală este mult mai mult decât atât. Pentru a detalia mai bine definiţia, să ne imaginăm un film din genul *science-fiction*; imaginea ce ne este prezentată prin diverse mijloace media este rezultatul unui proces în care fiecare element redat vizual (un personaj, un spaţiu ambiental sau un obiect) fiind ajustat unei tematici, integrat şi pus în relaţie cu fiecare element al ansamblului, pentru a crea o unitate în discursul vizual. Prin abordarea sa, arta conceptuală este un proces multidisciplinar, fiind în acelaşi timp desen artistic, arhitectură, design obiectual, ambiental, crochiu, pictură, ″story-board″ [1], definind capacitatea artistului de preluare rapidă şi de redare a unor informaţii din cele mai variate domenii. În esenţă, este o disciplină care recurge la orice mediu de reprezentare grafică pentru a crea soluţii care contribuie la realizarea unui proiect, predominante fiind mijloacele digitale.

Creatorul de artă conceptuală are rolul de a experimenta, de a încerca variantele posibile ale unui anumit subiect şi de a le direcţiona către conceptul ideal, într-o optimă





Sergiu Zegrean - Exemple de artă conceptuală

integrare. Din prima fază a acestui proces, artistul construiește o serie de imagini asociate subiectului, care mai apoi, în urma unei prime selecţii, sunt restrânse şi transpuse în alte mijloace de reprezentare, în vederea detalierii conceptului. În acest sens, pot fi menționate multitudinea de personaje robotizate create de Doug Chiang pentru trilogia *Star Wars* [2]. Asemenea, în realizarea unei ambianţe exterioare (o scenă din cadrul unei animaţii, o anume locaţie dintr-un joc 3D), artistul începe prin a crea o serie de reprezentări menite să exemplifice elementele imaginii, starea pe care ar trebui să o exprime, diversele unghiuri de vedere, pentru ca ulterior, o imagine aleasă să fie preluată şi construită digital. Odată parcursă, etapa aduce, la rândul ei, o serie de alte variante, experimentări ale posibilelor contraste, texturi, culori, obiecte componente, stări sau acţiuni ce se vor regăsi în compoziţia finală [3].

Arta conceptuală este reprezentativă câtorva categorii distincte dintre care enumerăm: designul personajelor, designul vehiculelor, al peisajelor, *story-board*-ul, *matte-painting*, modelarea şi texturarea 3D etc. Fiecare dintre cele menţionate implică cunoştinţe tehnice şi abordări creative distincte, existând, de asemenea, o ordine în care ele se desfăşoară în cadrul unui proiect. În concepţia unui joc, subiectul este întâi divizat în funcţie de categoriile menţionate. Designerul este informat asupra temei, apoi dezvoltă o serie de variante conceptuale, cele mai reprezentative fiind preluate de artiştii 3D şi de programatori. Este conturat *story-board*-ul, definind detaliile şi parcursul poveştii (după caz, acţiune, scenariu, unghiurile de vedere etc). Acesta deschide calea către o mai amplă conceptualizare a detaliilor ce impun tipurile de personaje, expresiile sau ţinutele lor, detaliile ambianţelor, interioare sau exterioare etc.

În domeniul cinematografiei, arta conceptuală are altă amploare, fiind indispensabilă în cazul producţiilor ce implică redarea unor lumi inexistente, din domeniile „*fantasy*" sau „*science-fiction*". Un astfel de exemplu de proces conceptual este elaborarea artistică a producţiei cinematografice *Lord of the rings*. Studioul *Weta Workshop* a avut rolul de a concepe, până în cel mai mic detaliu, fiecare aspect al lumii descrise de Tolkien. Având de a face cu un univers de proporţii gigantice, departamentul de creaţie a avut sarcina de a explora şi imagina o multitudine dintre lumile descrise de autor, realizând pentru fiecare în parte un număr semnificativ de concepte ambientale şi morfologice. Fiecare personaj creat are propria personalitate, propriile caracteristici vizuale, minuțios detaliate, fiind rezultatul unui îndelungat proces de creaţie şi selecţie. Explorările arhitecturale, realizate în mare parte de John Howe şi Alan Lee [4], uimesc prin originalitatea lor şi prin asocierile făcute cu specificul diferitelor culturi din care s-au inspirat. Aceste locaţii sunt materializate în machete foarte complexe şi mai apoi în modele tridimensionale.

În arta conceptuală, o imagine descrie o multitudine de informaţii. Spre exemplu, una din imaginile lui Paul Lasaigne reprezentând pădurea *Lothlorien* [5] descrie atmosfera unui loc uitat de vreme, prin tehnici şi abordări cromatice, în acelaşi timp, oferind informaţii aproape tehnice referitoare la structurile arhitecturale, care vor fi folosite mai apoi

în realizarea modelelor tridimensionale şi a machetelor de pe platoul de filmare. Este o imagine completă care oferă o viziune clară a felului în care o scenă finală va arăta pe ecrane. Rolul său a fost acela de a prezenta toate informaţiile necesare înaintea realizării scenei propriu-zise şi de a defini contextul în care are loc acţiunea. Conceptul în sine nu se opreşte însă aici, ci merge până în punctul în care se relaţionează cu caracteristicile personajelor, imaginea întregii ambianţe încadrând aspectul lor între anumite date impuse.

O multitudine de stiluri şi abordări artistice se remarcă la ora actuală în domeniul artei conceptuale și un număr semnificant de artişti uimesc prin creaţia lor. Ralph McQuarrie [6], artistul francizei *Star Wars*, H.R. Giger [7], Syd Mead [8], până la artiştii noii generaţii, Doug Chiang [9], John Howe [10], Iain McCaig [11] şi mulţi alţii, prin creaţiile lor marchează în continuare un punct de reper pentru noile generaţii de artişti dornici să se exprime în acest domeniu. În acest stadiu sunt depăşite condiţionările de ordin tehnologic, fiind, în acelaşi timp, estompate limitele convenţionalului. Ceea ce impresionează cu adevărat la finalul experienţelor conceptuale este caracterul insolit al abordărilе morfologice generate [12] şi dinamismul abordării subiectului.

Arta conceptuală ia amploare prin rigoarea cu care tratează şi aprofundează un anume subiect, aducând un înalt grad de originalitate felurilor variate de reprezentare a imaginilor. Stilul de transpunere al unui concept nu este doar semnătura artistului, ci devine un mecanism prin care sunt exprimate acţiuni, trăiri sau stări. Artistul nu creează un concept rigid, ci unul dinamic, al cărui rol este dat de felul în care este perceput de privitor. Un concept este redat de artist într-o oarecare manieră, fiind redescoperit într-o multitudine de sensuri și reinterpretat de fiecare privitor în parte. Expunerea mişcării şi a acţiunii are un rol vital, desemnând caracteristica esenţială în exprimarea unei idei. Reprezentarea unui subiect prin dinamismul său redă mai mult decât un sigur moment din întregul unui joc digital sau al animaţiei. Imaginea, totodată, este o sumă a viitoarelor experienţe, exprimând, de-a lungul procesului de creaţie, transformările suferite în drumul către produsul finit. De-a lungul acestui drum, artistul experimentează o multitudine de posibilităţi de redare, începând cu tipul de personaje dintr-un joc, costumele lor, trăsăturile faciale, obiectele cu care interacţionează, şi continuând cu ambientul, interior sau exterior, designerul încearcă să găsească echilibrul constant.

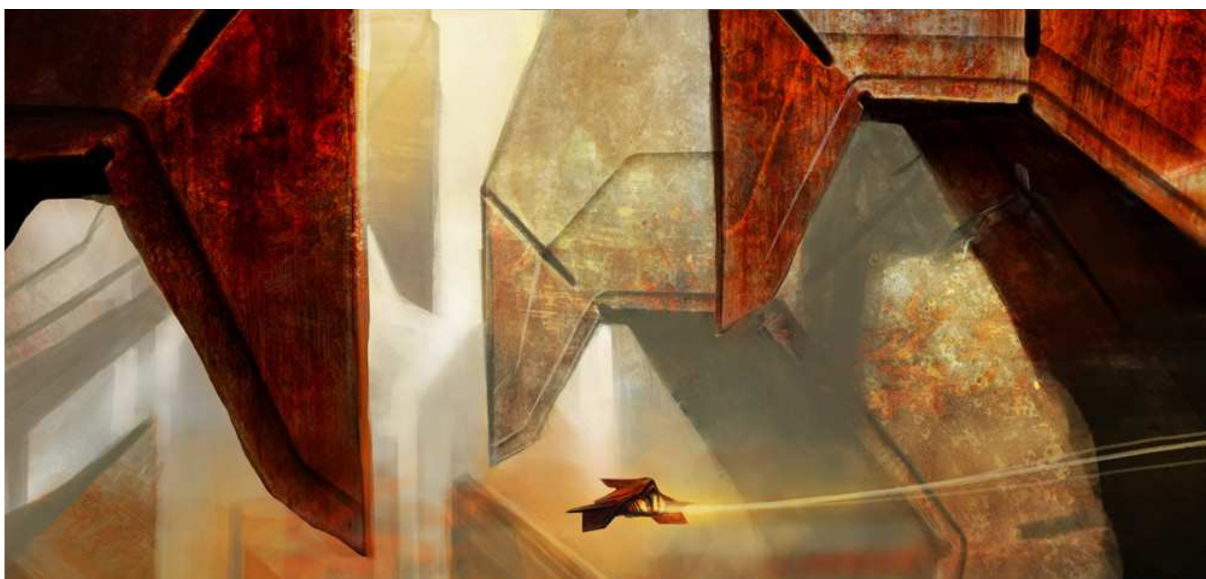
O primă calitate a artistului, în acest context, este de a putea imagina o gamă cât mai largă de concepte asupra unui singur subiect, de a pendula de la un concept la altul, preluând informaţiile cu potenţial şi asociindu-le unei variante optime. Un caracter (personaj), spre exemplu, este astfel expus într-o multitudine de situaţii, care nu au doar rolul de a defini la final un singur model, ci şi de a trasa cu cât mai mare exactitate trăsăturile specifice. Având mai multe variante asupra unui subiect, se poate defini cu strictețe specificul acestuia şi poate fi expusă cu exactitate o întreagă familie de forme în aria căreia sunt situate.

Prin intermediul noilor mijloace aduse de dezvoltarea CAD, arta conceptuală a



Sergiu Zegrean - Exemple de artă conceptuală







Sergiu Zegrean - Exemple de artă conceptuală realizată pentru proiectul *New World Earth* (joc digital online)



luat anvergură devenind actualmente reprezentativă, într-o foarte mare măsură în domeniul cinematografic şi cel al producţiilor de jocuri video. Se poate afirma că acest domeniu şi-a însuşit un aliat de neegalat în evoluţia sa, oferindu-i creatorului avantajul ineditului. Toate aceste mijloace aduc un profund avantaj în eficienţa şi rapiditatea generării de soluţii, limitând timpul de realizare şi înlăturând în totalitate orice fel de impediment de ordin tehnic. Arta conceptuală este - de acum - un domeniu predat la nivel universitar într-un număr mare de școli cu specific iar evoluția sa viitoare va deschide încă noi orizonturi, atât din perspectiva abordării artistice, cât și din cea a viitoarelor inovații.

NOTE

[1] *Story-board* este un mod de prezentare, prin intermediul unei succesiuni de imagini, a etapelor unui proiect de animație. Acest sistem este folosit pentru pre-vizualizarea etapelor unui astfel de proiect.

[2] Jonathan Bresman, *The art of Star Wars Episode I, The Phantom Menace*, Ed. The Ballantine Publishing Group, 1999, pp. 14-17.

[3] ***, *The Hobbit, An Unexpected Journey, Chronicles*, Ed. Harper Collins Publishers, 2012, pp. 110-117.

[4] Alan Lee, *The Lord of the Rings Sketchbook*, Ed. Harper Collins Publisher, 2005, pp. 132-143.

[5] Russel, Gary, *The lord of the Rings, The art of the Fellowship of the ring*, Ed. Houghton Mifflin, New York, 2002, pp. 76-77.

[6] Ralph McQuarrie (1929-2012) a fost un artist conceptual și ilustrator american cunoscut în special datorită creaților sale care au conturat întregul univers *Star Wars*. A mai lucrat, de asemenea, la producții cinematografice precum *Battlestar Galactica* sau *Cocoon*.

[7] Hans Rudolf Giger (1940-2014), pictor suprarealist, de origine elvețiană, este cunoscut în special pentru conceptele și efectele vizuale ale producției cinematografice *Alien*, pentru care a fost și premiat cu *Academy Award for Visual Effects*.

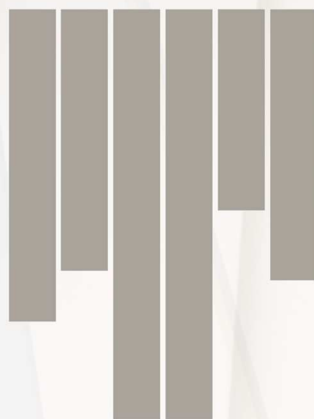
[8] Sydney Jay Mead (n. 1933) este un designer și artist conceptual ce a contribuit la realizarea unor concepte de vehicule pentru filme science-fiction precum *Blade Runner* sau *Star Trek*.

[9] Doug Chiang, artist și designer de filme, este cunoscut pentru conceptele realizate pentru producții cinematografice precum *Star Wars I*, *II* sau *Terminator II*

[10] John Howe este ilustrator și artist conceptual de origine canadiană cunoscut mai ales pentru contribuția sa artistică în cadrul trilogiei *Lord of the Rings* și *The Hobbit*

[11] Iain McCaig. Ilustrator și artist de jocuri cunoscut pentru implicarea sa artistică în producții precum *Star Wars*, *Interview with the vampire* sau *Harry Potter*

[12] Despre rolul și proprietățile formei G.M. Cantacuzino observă: „O formă, ca să rămână formă, trebuie să sugereze spiritului semne fără a deveni până la capăt un semn, fiindcă atunci riscă să își piardă conținutul estetic. O formă nouă asupra căreia nu s-a convenit încă, ce n-a luat încă drept de cetățenie în durată, are o mai mare putere de surprindere, pe când o formă convențională are o mai mare putere de evocare." (G.M. Cantacuzino, *Introducere la studiul arhitecturii*, Editura Paideia, Bucureşti, 2003, p. 66).





UAP

ISSN 2393 - 042X
ISSN-L2393 - 042X

Uniunea Artistilor
Plastici din România
Filiala Timisoara
Editura Eurostampa